

THESIS / THÈSE

MASTER EN SCIENCES INFORMATIQUES

Les conditions socio-techniques de déploiement de systèmes de collaboration basés sur le WEB 2.0 dans les grandes entreprises

Foulon, Alain

Award date:
2012

Awarding institution:
Université de Namur

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



**Les conditions socio-techniques de
de déploiement de systèmes de
collaboration basés sur le WEB 2.0
dans les grandes entreprises.**

Alain Foulon

Faculté d'informatique, Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix de
Namur, Belgique
Année académique 2011-2012

Table des matières

Introduction	7
Bref historique des systèmes de collaboration	8
Web 2.0	8
Aspects socio-techniques	9
1 Etat de l'Art	10
Introduction	10
1.1 Informal eCollaboration Channels : Shedding Light on <i>Shadow CIT</i> - P. Swatmann	10
1.2 Turning Web 2.0 Social Software into Versatile Collaborative Learning Solutions - D. Gillet	11
1.3 Can Facebook Support Global Virtual Team (GVT) - W.K. Tan	12
1.4 CSCW and Enterprise 2.0 - towards an integrated perspective - M. Koch	12
Conclusion de l'Etat de l'Art	13
2 Définition des concepts	14
Introduction	14
2.1 Définitions : Réseaux Sociaux et Groupwares	14
2.2 Concepts de collaboration	15
2.2.1 Pertinence de la notion de Capital Social	15
2.2.2 Rapport entre ces notions	15
2.3 Concepts technologiques	16
2.3.1 Outils collaboratifs	16
2.3.2 Web 2.0, Internet participatif	17
2.3.3 Social Software	20
2.3.4 Importance des processus socio-émotionnels	23
2.4 Concepts organisationnels	24
2.4.1 Typologie des entreprises	24
2.4.2 Objectif Entreprise 2.0	26
3 Méthodologie	27
Introduction	27
3.1 Objectifs de l'enquête	27
3.2 Présentation du questionnaire	28
3.3 Population ciblée	29
3.4 Administration du questionnaire	31
3.4.1 Logiciel utilisé	31
4 Résultats	33
Introduction	33
4.1 Données socio-démographiques	33
4.1.1 Démographie	34

4.1.2	Education et professions	34
4.1.3	Contexte organisationnel	36
4.2	Usages privés et professionnels	37
4.2.1	Utilisation des comptes sur les Réseaux Sociaux	37
4.2.2	Activités sur les comptes	39
4.3	Facteurs d'influence en milieu professionnel	43
4.3.1	Usages professionnels et contexte organisationnel	44
4.3.2	Degré de responsabilité et facteurs socio-émotionnels	48
4.3.3	Usages professionnels et facteurs technologiques	51
4.4	Conclusion de l'analyse des résultats	53
4.4.1	Facteurs socio-émotionnels	53
4.4.2	Facteurs organisationnels	54
4.4.3	Facteurs technologiques	54
4.4.4	Réponses à nos questions	54
5	Plan d'implémentation	55
	Introduction	55
5.1	Facteurs socio-émotionnels	55
5.2	Facteurs organisationnels	56
5.3	Facteurs technologiques	58
5.4	Tableau récapitulatif	59
5.5	Exemple de quelques métriques	60
	Conclusion	61
6	Conclusion	63
A	Questionnaire blanc	67
B	Rapport statistiques	86

Résumé

Pourquoi les sites comme Facebook ou Wikipédia fonctionnent-ils si bien sur Internet et pas en entreprise? Voici la question à laquelle ce travail tente de répondre. Nous vous présentons une étude approfondie des facteurs qui peuvent expliquer la difficulté qu'ont les entreprises à opérer leur entrée dans le monde de réseaux sociaux. Cette étude s'appuie sur une enquête originale menée auprès d'un échantillon de 240 répondants. Partant des résultats de celle-ci, nous les comparons à l'état de la littérature pour en tirer quelques enseignements pour les entreprises.

Abstract

Why sites like Facebook or Wikipedia do they work so well on the Internet and not in business? Here is the question that this work attempts to answer. We present a detailed study of factors that may explain the difficulty for companies to operate their entry into the world of social networks. This study is based on an original survey conducted among a sample of 240 respondents. Based on the results thereof, we compare the state of literature to draw some lessons for business.

Remerciements

Je souhaite remercier ici toutes les personnes qui m'ont soutenu et encouragé tout au long de mes études. *Claire Lobet*, ma promotrice, qui a toujours été à l'écoute et très généreuse de conseils judicieux. Les *professeurs* et *assistants* de la faculté pour leurs portes ouvertes en permanence et la qualité de l'enseignement prodigué. Le *secrétariat* de la faculté pour sa rigueur, son suivi et sa disponibilité. Mes *camarades* de cours pour lesquels j'ai autant d'admiration que de respect. Tout spécialement *Marc, Philippe, Laurent* et *Damien* pour m'avoir supporté, dans tous les sens du terme.

Enfin, je voudrais adresser un merci tout particulier à mon épouse, *Béatrice* et mes deux enfants, *Margaux* et *Vincent*, le clan qui, au prix de nombreux sacrifices, m'a toujours soutenu et encouragé dans les moments de doute, de découragement et de difficulté que j'ai pu traverser. Je veux leur dire toute ma reconnaissance et tout l'admiration que j'ai par rapport à la patience et la compréhension dont ils ont fait preuve afin de m'aider à relever ce beau défi.

Du fond de mon cœur, merci à toutes et tous.

Alain.

Glossaire

bottom-up

Terme anglais signifiant un sens du bas vers le haut (contre top-down). Une organisation bottom-up, tient compte de et utilise l'avis et ce que les utilisateurs apportent pour se construire de manière organique et classe son contenu suivant une folksonomie plutôt qu'une taxonomie. Page(s) 21, 25

Capital Social

Somme des ressources inclues dans le réseau des relations humaines. Page(s) 11–13, 15, 16, 19, 23, 24, 26

CITs

Collaborative Information Technologies : outils de collaboration pour des groupes de travail. Page(s) 10, 13

CMS

Content Management Systems : espaces numériques partagés de gestion de contenu. Page(s) 8

CSCW

Computer-Supported Collaborative Work : champ d'étude des outils et techniques des Groupwares ainsi que de leurs effets sociaux, psychologiques et organisationnels. Page(s) 8, 11–13, 21, 22

digital natives

Terme anglais désignant des *natifs numériques*. Page(s) 20, 51, 53, 54

Entreprise 2.0

Organisation peu ou pas hiérarchique, flexible, globale, transparente, organique, elle utilise une folksonomie plutôt qu'une taxonomie et est user-centric et bottom-up afin d'être plus agile sur le marché. Page(s) 11, 13, 24–26, 44, 45, 53, 55, 56, 61, 63

fCITs

formal Collaborative Information Technologies : ensemble des outils informatiques fournis par l'entreprise. Page(s) 10, 13

folksonomie

Terme issu du mariage entre le mot anglais *folks*, signifiant la foule et de *sonomie*, en référence à taxonomie. Une folksonomie est donc un système de classement catégorisé, les termes de ce système étant produits par les utilisateurs eux-mêmes. Page(s) 18, 21, 25

GSS

Group Support Systems : ensembles d'outils (software et hardware) qui permettent d'accroître l'efficacité d'un groupe de travail en supportant la réflexion collective. Page(s) 8

GVT

Global Virtual Team : équipe composée de personnes travaillant sur un projet sans nécessairement se rencontrer physiquement. Page(s) 11, 12

IT

Information Technology, le Service Informatique de la Société. Page(s) 10, 11, 24, 25, 51

natif numérique

Ou *digital native* en anglais : est une personne ayant grandi dans un environnement numérique comme celui des ordinateurs, Internet, les téléphones mobiles et les baladeurs MP3. (Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Digital_natives). Page(s) 50, 55

organique

Signifie de manière flexible, non figée dans des règles et procédures et plaçant l'utilisateur au centre des processus (contre hiérarchique). Page(s) 21, 25, 44

PME

Entreprises définies par l'Union Européenne comme comptant moins de 250 travailleurs (Recommandation 2003/361/CE : http://europa.eu/legislation_summaries/other/n26001_fr.htm). Page(s) 24, 35

RSE

Réseau Social d'Entreprise : site interne à l'entreprise présentant des fonctionnalités identiques à celles proposées par les Réseaux Sociaux sur Internet. Page(s) 19

sCITs

shadow Collaborative Information Technologies : technologies utilisées dans le cadre du travail collaboratif et choisie en dehors de l'offre interne de l'entreprise. Page(s) 10, 11

taxonomie

Systèmes de classement catégorisé des espèces du monde animal, par extension tous systèmes de catégorisation. Page(s) 18, 21, 24, 25

top-down

Termes anglais signifiant un sens du haut vers le bas (contre bottom-up). Une communication top-down est une communication à sens unique de la hiérarchie vers les collaborateurs. Page(s) 21, 24

user-centric

Terme anglais signifiant : Qui place l'utilisateur au centre 25

Web 2.0

Nouvelle manière, pour l'internaute, de se servir d'Internet, une manière plus communautaire, plus sociale, en produisant lui-même le contenu. Page(s) 8, 10-14, 17, 19, 21-23, 26, 28, 33, 39, 40, 46, 48, 53-55, 59, 61

Introduction

Le sujet de ce mémoire, sous des termes techniques qui pourraient sembler, de prime abord, compliqués, tente de faire le point sur la collaboration en entreprise. Le thème central abordé met en avant les effets socio-émotionnels de l'utilisation de fonctionnalités interactives de l'outil informatique en entreprise. Une autre manière de résumer le sujet de ce travail serait d'essayer de répondre aux questions suivantes :

- Pourquoi les sites de Réseaux Sociaux comme Facebook, Twitter ou Wikipédia fonctionnent-ils si bien sur Internet et pas au sein même des entreprises ?
- Quels sont les facteurs, liés à la vie des entreprises, qui conditionnent ou influencent l'adoption et l'usage de ce type de plate-forme ?
- Partant de la connaissance de ces facteurs, comment favoriser la mise en œuvre de ce type de plate-forme au sein des entreprises ?

Cette introduction vous propose d'entrer en douceur dans le sujet en détaillant le titre de ce mémoire et en vous présentant les différents aspects qu'il couvre. L'Etat de l'Art résume la théorie extraite de la littérature sur le sujet au chapitre 1. De courtes synthèses de plusieurs articles relatifs au domaine nous permettent de faire le point sur la théorie en la matière. Une définition des différents concepts issus de cette revue de la littérature et nécessaires à la compréhension de la suite vous est présentée au chapitre 2. Nous retrouverons dans ce chapitre les trois types de variables qui ont une influence sur l'utilisation des fonctionnalités liées à ces différents concepts.

Au départ des constatations théoriques et en utilisant les concepts définis plus haut, nous proposons un questionnaire destiné à vérifier les corrélations existant entre la théorie et la pratique sur le terrain. Dans le chapitre 3, vous trouverez une présentation de la méthodologie utilisée dans le cadre de notre enquête ainsi que les éléments ayant motivé nos choix. Cette enquête est divisée en trois parties concernant respectivement l'usage des Réseaux Sociaux, l'utilisation des Groupwares ainsi que des informations socio-démographiques. Ce chapitre se conclut par une brève présentation du logiciel open source utilisé, LimeSurvey.

Ce questionnaire nous fournit un très grand nombre de données dont l'analyse vous est présentée au chapitre 4. Il s'agit, ici, de vérifier les hypothèses, basées sur la théorie de l'état de l'art, en les mettant en regard d'un ensemble de tableaux croisés réalisés sur base des résultats de notre enquête.

Découlant de cette analyse, un roadmap, présenté au chapitre 5, aborde les aspects plus pratiques de l'implémentation, proprement dite, de ces outils collaboratifs en entreprise. En effet, une série de questions se posent dans de tels projets. La combinaison de la théorie et de l'analyse approfondie des résultats de notre enquête nous permet d'avoir tous les éléments en main afin de garantir une probabilité la plus grande possible de succès dans un projet d'implémentation d'outils collaboratifs en entreprise.

Enfin, le chapitre 6 propose une conclusion reprenant des pistes d'évolution dans ce domaine de recherche.

Bref historique des systèmes de collaboration

Depuis les années 1945, les hommes ont utilisé l'informatique pour les aider à collaborer dans leur travail. A cette époque déjà, Vannevar Bush avait évoqué Memex (un ordinateur analogique théorique) susceptible de soutenir le travail collaboratif dans une organisation [4]. Les visions théorique de Bush se sont ensuite concrétisées dans les Group Support Systems (GSS), ensembles d'outils (software et hardware) qui permettent d'accroître l'efficacité d'un groupe de travail en supportant la réflexion collective. Plusieurs logiciels développés pour soutenir le travail collaboratif ont alors été regroupés sous l'appellation de *Groupwares*. Les Groupwares permettent de contribuer à l'élaboration de contenu de manière synchrone ou asynchrone. Les softwares de messagerie instantanée (chat) ou de vidéo-conférence sont des exemples de Groupwares synchrones. Les espaces numériques partagés de gestion de contenu (Content Management Systems (CMS)), les systèmes d'édition collaboratifs (wikis), de workflows ou encore de gestion de salles de réunion sont autant d'exemples de Groupwares asynchrones. Le nombre et l'utilisation croissante de ces logiciels a donné naissance au Computer-Supported Collaborative Work (CSCW). Le CSCW est le champ d'étude des outils et techniques des Groupwares ainsi que de leurs effets sociaux, psychologiques et organisationnels. Ces outils aidant à la collaboration ont évolué au sein des entreprises [11]. Parallèlement, Internet a vu ses premiers soubresauts s'amplifier depuis les années 1990 jusqu'à l'internet que l'on connaît et qui a donné lieu aux dernières évolutions en matière de collaboration à l'aide de l'outil informatique. Ce réseau interconnecté a, ces dernières années, offert un nombre croissant de possibilités aux internautes d'échanger et de partager de l'information mais surtout de créer du contenu eux-même sur Internet. Les évolutions techniques combinées aux changements de comportement des utilisateurs (participation active) ayant engendré cette évolution ont été nommées Web 2.0 par O'Reilly en 2005 [13]. Dans les entreprises, l'utilisation des fonctionnalités issues du Web 2.0 a fait évoluer les logiciels nommés Groupwares vers un nouveau type de plate-forme : le Social Software, outil informatique permettant des interactions informelles entre les membres d'un groupe de travail.

Web 2.0

Aujourd'hui, le Web ne sert plus seulement à rechercher une information indexée par un moteur de recherche. Cette utilisation où l'utilisateur reste *passif* en ne faisant que *consommer* de l'information correspond au Web 1.0. Parallèlement à cette utilisation et sous l'impulsion des utilisateurs, des fonctionnalités de communication directe et d'interaction se sont développées, donnant naissance au Web 2.0. Ce *versionning* n'est pas la signification d'une nouvelle instance du Web, mais plutôt une nouvelle manière de se servir d'Internet, une manière plus communautaire, plus sociale. Si elle est plus communautaire ou sociale, c'est parce que le Web 2.0 permet à tous de participer au contenu. La caractéristique majeure du Web 2.0 par rapport au Web 1.0 est qu'en plus de *consommer* de l'information, l'internaute va également *produire* du contenu.

Aspects socio-techniques

La dimension sociale des relations entre les utilisateurs est intimement liée à l'aspect technologique du Web. En effet, chaque fonctionnalité technologique proposée pour collaborer sur le Web a un impact particulier, au niveau social, sur l'utilisateur. Certaines fonctionnalités leur permettent de mieux se connaître, de créer des liens sociaux plus forts entre-eux ou d'améliorer la confiance qu'il peuvent placer les uns en les autres. Nous nous intéresserons particulièrement à ces caractères socio-techniques. En effet, pour proposer les bons outils au sein de l'entreprise, il faut pouvoir bien les choisir. Or, comme la dimension sociale des relations entre les utilisateurs est intimement liée à l'aspect technologique, ce choix ne peut s'effectuer qu'en parfaite connaissance des impacts socio-émotionnels que les fonctionnalités technologiques de ces outils engagent. Nous analyserons quels sont les impacts de l'utilisation des fonctionnalités offertes par le Web 2.0 sur le comportement des utilisateurs. Le but de cette analyse sera de mettre en relation ces comportements avec les objectifs recherchés au sein de l'entreprise. Les entreprises considérées dans le cadre de ce mémoire sont de grandes entreprises, comportant plusieurs centaines, voire milliers de collaborateurs et structurées de manière plutôt hiérarchique. Ces concepts seront détaillés plus loin. Nous établirons les liens qui existent entre les motivations du management et les conditions nécessaires, du point de vue des utilisateurs, au succès de l'implémentation d'outils de collaboration basés sur le Web 2.0 au sein de l'entreprise.

Chapitre 1

Etat de l'Art

Introduction

Dans ce chapitre, vous sont présentés plusieurs articles scientifiques qui nous permettent d'aborder les aspects théoriques du domaine. Le résumé de chacun des articles présente un condensé des sujets et de la théorie abordés. A la fin de ce chapitre, nous vous proposons une conclusion construite sur base du contenu de ces articles et reprenant les trois types de variables influençant l'adoption et l'usage de plates-formes proposant des fonctionnalités Web 2.0 en entreprise, à savoir :

- la collaboration
- la technologie
- l'organisation

1.1 Informal eCollaboration Channels : Shedding Light on *Shadow CIT* - P. Swatmann

Les auteurs, dans leur article [16], proposent une définition de *shadow Collaborative Information Technologies* (sCITs) : Technologies utilisées dans le cadre du travail collaboratif et choisie en dehors de l'offre interne de l'entreprise. L'ensemble des outils informatiques fournis par l'entreprise est aussi appelé *formal CITs* (fCITs). La similitude de dénomination entre *shadow CIT* et *shadow IT* s'explique par l'utilisation détournée du concept de base dans les deux cas. La définition de *shadow IT* est l'utilisation détournée de l'IT et sCITs est une utilisation des Collaborative Information Technologies (CITs) parallèlement à ce qui est offert à l'intérieur de l'entreprise.

Partant de l'hypothèse que *le développement de ces sCITs vient de manquements par rapport à ce que l'entreprise offre*, les auteurs posent deux questions :

1. Quels sont ces manquements que combrent les sCITs ?
2. Quelles sont les motivations des utilisateurs à utiliser les sCITs plutôt que les fCITs proposés par l'entreprise ?

A ces questions, les auteurs répondent que si les utilisateurs procèdent à des installations parallèles, c'est pour 2 raisons principales : soit l'offre n'existe pas dans l'entreprise, soit les utilisateurs ne se sentent pas assez libres d'utiliser les systèmes disponibles à leur guise.

Beaucoup de sCITs sont d'abord utilisées à l'extérieur de l'entreprise. Cependant, la tendance les fait de plus en plus rentrer au sein de l'entreprise, provoquant trois types de réactions possibles :

1. La peur : celle-ci entraîne généralement le rejet pur et simple de l'utilisation, par exemple, de blogs depuis l'intérieur de l'entreprise. L'utilisation de ce type d'outil est considérée comme une récréation et la justification avancée est que les opinions des utilisateurs ne peuvent pas être différentes de l'image que souhaite donner l'entreprise.

2. La limitation : il s'agit ici d'un ensemble de règles de *bonne conduite* promulguées à l'intention des utilisateurs afin que chacun sache comment et dans quel cadre interagir sur, par exemple, les blogs en qualité d'employé de l'entreprise. L'exemple de la charte du blogger de chez IBM est citée ici à titre d'exemple par les auteurs.

3. L'acceptation inconditionnelle : possibilités offertes d'utiliser les outils de l'internet sans restriction. Par exemple, l'utilisation des blogs et des wikis directement à l'intérieur de l'entreprise. Cette réaction propose une combinaison d'outils du pré-web, du Web 1.0 (statique) et du Web 2.0 (interactif) en respectant trois facteurs précis :

- l'accès non-limité
- la transparence, garantie du succès car elle annihile la peur
- la conviction que l'intelligence collective procure un avantage compétitif à l'entreprise

Le concept d'Entreprise 2.0 se concrétise alors par l'intégration des sCITs dans l'entreprise. Cette intégration ne peut être efficace sans l'appui et le support IT qui convient. Cette implémentation bouleverse indubitablement l'organisation de l'entreprise (voir Fig.2.7).

1.2 Turning Web 2.0 Social Software into Versatile Collaborative Learning Solutions - D. Gillet

L'Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) développe eLogbook Web 2.0 [8] à des fins de support de la gestion tacite et implicite des connaissances (Knowledge Management). eLogbook est paramétrisable pour permettre d'ouvrir également la plate-forme à la gestion de contenus, de tâches ou de discussions. L'auteur décrit l'interaction Homme-Machine et le déploiement de cette plate-forme dans un cadre d'apprentissage scolaire. L'idée proposée est de soutenir ces interactions dans des équipes auto-organisées et composées d'humains, mais aussi d'appareils électroniques, en l'occurrence des appareils de mesure de laboratoire.

L'auteur présente une solution globale d'utilisation d'un Social Software permettant de développer les capacités d'apprentissage des utilisateurs. Le système de CSCW, n'étant pas assez flexible pour les jeunes, a été adapté pour donner un Social Software selon le modèle 3A (voir Fig.2.4). Cette solution est principalement innovante sur deux points :

1. Interface contextuelle utilisable comme système de gestion des activités, du contenu ou comme plate-forme de discussion
2. La combinaison des humains et des appareils comme acteurs donne naissance à une communauté hybride. L'augmentation de la liberté d'utilisation du système permet de développer l'autonomie, la responsabilité et les capacités de gestion de projet chez les étudiants de l'EPFL.

1.3 Can Facebook Support Global Virtual Team (GVT) - W.K. Tan

Les recherches principales sur les Groupwares se focalisent sur la compréhension des processus d'accomplissement des tâches ainsi que sur la manière dont la technologie peut être déployée et facilite la réalisation de ces tâches. Cependant, les processus socio-émotionnels entre les membres des Global Virtual Team (GVT) qui utilisent les Groupwares n'ont pas été décrits par manque de considération. Comme ces processus ont un impact important sur l'efficacité des GVT, les auteurs [17] présentent un framework conceptuel décrivant les dimensions du Capital Social des membres des GVT. Les interactions renforcent les liens, la confiance, la réciprocité entre les membres, mais a aussi un impact sur l'identification ainsi que sur le partage d'un langage commun. L'influence des processus socio-émotionnels sur les performances et la satisfaction des membres des GVT, repose sur ces différents critères. Ces facteurs, conduisant à la création d'un Capital Social, varient en fonction du degré de conscience des membres par rapport à la présence des autres membres, l'identité sociale qu'ils peuvent acquérir et leur connaissance mutuelle. Les auteurs présentent un cas d'utilisation de Facebook en tant que groupware et identifient les fonctionnalités spécifiques à implémenter en fonction de leur framework conceptuel. Une méthodologie est proposée qui permettra aux recherches futures de valider ce framework conceptuel.

L'augmentation de l'efficacité des GVT implique que l'on doive impérativement tenir compte des processus socio-émotionnels existants chez les membres. Afin d'y parvenir, les auteurs partent du postulat que les différentes dimensions du Capital Social augmentent en fonction des processus socio-émotionnels. Ils évaluent quelle dimension du Capital Social augmente en fonction de quel processus socio-émotionnels. Ils font ensuite correspondre ces dimensions avec certaines fonctionnalités bien identifiées des sites de Réseaux Sociaux (voir Fig.2.6). Ils proposent enfin un test en utilisant Facebook comme framework.

1.4 CSCW and Enterprise 2.0 - towards an integrated perspective - M. Koch

Dans son article [11], Michael Koch introduit son sujet en expliquant que le *Web 2.0* n'est pas si nouveau que cela. En ce sens que dès 1945, Vannevar Bush émettait des idées au sujet de Memex. La notion de CSCW (Computer-Supported Collaborative Work) a évolué entre les années 70 et les années 90. Mais tout cela était loin de présenter la convivialité qui fait le succès actuel du *Web 2.0*. Il suggère que les *Social Software* ont beaucoup à gagner à être envisagés en y appliquant les résultats issus des recherches sur le CSCW.

Il compare le 'Social Software' et le 'Groupware'. La réussite de l'implémentation d'outils 'Social Software' passe par la nécessité de prendre les aspects technologique et sociologique en compte. Les recommandations sont de rester aussi *me-centered* (l'utilisateur ayant le sentiment que l'outil est centré sur lui-même) et d'implémenter ces outils de manière aussi douce et légère que possible :

- Alléger la structure et la hiérarchie
- Impliquer les utilisateurs dans le processus d'emblée
- Tenir compte des aspects technologiques
- Booster la motivation des utilisateurs

L'aspect ludique du 'Social Software' est très important. De plus certains outils présentent le danger de ne pas laisser un degré de liberté suffisant aux utilisateurs. Il y a une grande différence entre le fait d'utiliser une plate-forme

afin de gérer toujours plus de contenu et le fait d'utiliser une plate-forme d'une manière nouvelle, créative, innovante. Parmi les conseils prodigués pour parvenir à provoquer cette dernière attitude, l'art du laisser-faire doit s'accompagner de 'guidelines' sans pour autant anihiler le facteur ludique de l'outil. L'idéal est de laisser l'utilisateur le plus libre possible... Tout en arrivant à satisfaire le Management qui éprouve un irrésistible besoin de *tableaux de bords* qui ne sont pas toujours faciles à produire dans ce type d'outils.

La conclusion insiste sur la chance que représente l'installation de tels outils dans les entreprises, afin de les faire évoluer vers un modèle d'Entreprise 2.0, en s'appuyant sur les expériences liées au CSCW. L'auteur termine en nous invitant à rester attentifs à l'évolution du *Web 2.0*.

Conclusion de l'Etat de l'Art

La revue de la littérature montre que l'usage et l'adoption des outils collaboratifs en entreprise sont conditionnés par trois grandes variables :

- La première tient à l'état du Capital Social entre les membres. La connaissance mutuelle, la confiance, l'intensité des interactions sont autant de facteurs qui définissent un Capital Social. Celui-ci a, selon les auteurs, un double effet au niveau des outils collaboratifs :
 1. Il conditionne l'adoption et l'usage des outils collaboratifs
 2. Il est également impacté par cette adoption et cet usage
- La seconde variable concerne la technologie elle-même. Ses fonctionnalités sont bien sûr ici mises en avant pour comprendre l'adoption et l'usage des outils collaboratifs. Comme on peut le constater dans l'article qui compare les CITs et les fCITs, les fonctionnalités mais aussi la philosophie avec laquelle ces outils ont été désignés ont une influence importante dans la manière dont ceux-ci seront reçus par les utilisateurs.
- La troisième et dernière variable concerne l'organisation de l'entreprise elle-même. On le voit, à travers le concept d'Entreprise 2.0, la structure de l'organisation peut également influencer la capacité d'un ensemble à adopter et utiliser un outil collaboratif. Ici encore, la structure de l'organisation conditionne en quelque sorte l'usage. Mais, par effet de retour, quand ils parviennent à se diffuser dans l'organisation, ces outils peuvent aussi faire évoluer l'organisation vers des traits qui la rapprochent de l'Entreprise 2.0.

Dans le chapitre 2, nous allons nous arrêter quelque peu sur ces trois variables et les concepts qui leur sont liés.

Chapitre 2

Définition des concepts

Introduction

Sortant de la littérature, nous identifions trois grands groupes de variables qui influencent l'adoption et l'utilisation des outils collaboratifs basés sur le Web 2.0 en entreprise : La collaboration, la technologie et l'organisation. Dans ce chapitre, nous vous proposons de définir différents concepts nécessaires à la compréhension de la suite de ce mémoire, sur base de ces trois types de variables. En effet, c'est en fonction de ces concepts que nous composons, plus loin, le questionnaire que nous utilisons pour vérifier la corrélation entre la théorie et la pratique. C'est également sur base de ces concepts que l'interprétation des résultats de notre enquête, basée sur ce questionnaire, s'appuie.

2.1 Définitions : Réseaux Sociaux et Groupwares

Nous utilisons fréquemment deux concepts qui peuvent prêter à confusion et que nous définissons ici afin d'éviter toute ambiguïté par la suite :

Réseaux Sociaux : Les Réseaux Sociaux représentent les sites Internet comme Facebook, Twitter ou Wikipédia (et bien d'autres) proposant des fonctionnalités dites Web 2.0 (voir point 2.3.2) accessibles via Internet. Les membres de ces Réseaux Sociaux s'inscrivent généralement sur leurs sites Internet de manière individuelle et à des fins privées. L'accès à ces Réseaux Sociaux se fait, soit depuis le domicile de l'utilisateur, soit depuis le poste de travail. Ces sites sont disponibles sur Internet, mais dans tous les cas, ils ne sont pas à l'initiative de l'entreprise-même.

Groupwares : A contrario, les Groupwares représentent l'ensemble des outils mis à disposition des utilisateurs par l'entreprise et en son sein. Ces logiciels ou ces sites sont censés être exclusivement destinés à une utilisation professionnelle. Le terme Groupware couvre le système de courrier électronique, les disques partagés sur le réseau de l'entreprise, mais aussi les sites collaboratifs (SharePoint, Documentum,...) proposant des fonctionnalités proches de celles des Réseaux Sociaux (wikis, blog, chat,... voir point 2.3.2).

Ces deux concepts peuvent être regroupés sous l'appellation de Social Software que nous définissons en détails plus loin dans ce chapitre, au point 2.3.3.

2.2 Concepts de collaboration

Les recherches menées dans le domaine de la collaboration en entreprise s'accordent sur le fait que l'effet sur l'utilisation de Groupwares dépend de l'importance du rapport entre les processus socio-émotionnels et les tâches à effectuer. Aucune de ces recherches ne donne un aperçu général, global sur les fonctionnalités nécessaires pour soutenir ces processus socio-émotionnels. Afin d'évaluer quelles sont ces fonctionnalités, il nous faut préalablement définir plus avant les processus socio-émotionnels en question.

2.2.1 Pertinence de la notion de Capital Social

Le Capital Social peut être défini comme la somme des ressources incluses dans le réseau des relations humaines selon trois axes que l'on peut détailler comme suit :

Dimension relationnelle : Le premier axe est la dimension relationnelle. Cette dimension du Capital Social se base sur l'ensemble des interactions entre les protagonistes d'une relation. Cela regroupe non seulement l'acte d'interagir avec autrui, mais aussi le contenu et la signification de l'information échangée. Commenter un article publié par un autre est un exemple d'interaction qui, selon la nature du commentaire, aura un effet positif ou négatif sur la confiance qu'accordera l'auteur à celui qui a commenté son article. Répondre à une question posée sur un forum est un autre exemple d'interaction. Dans ce cas, l'effet portera plus sur la reconnaissance d'une certaine expertise chez l'auteur de la réponse dans la matière concernée.

Dimension cognitive : La dimension cognitive du Capital Social s'appuie sur la compréhension mutuelle des protagonistes de la relation. Cette compréhension mutuelle passe par l'utilisation d'un langage commun qui permet à chacun de comprendre l'autre avec le moins d'ambiguïté possible. Une bonne compréhension mutuelle participe également à une meilleure connaissance de l'autre. Cette connaissance mutuelle, partie intégrante de la dimension cognitive du Capital Social, est renforcée par des pratiques telles que les discussions en ligne ou la manière dont un internaute se présente sur un site de Réseau Social, par exemple.

Dimension structurelle : Il s'agit ici de permettre aux utilisateurs de créer des liens entre-eux. Ces liens peuvent s'appuyer sur des centres d'intérêts communs, mais aussi se créer entre des personnes ayant un but commun, recherchant un résultat commun [5]. Lors du développement d'un nouveau logiciel dans une entreprise, par exemple, les informaticiens et les utilisateurs collaborent ensemble à la réalisation de ce but commun. Les liens entre ces deux groupes seront renforcés par le fait que les informaticiens vont enrichir leurs connaissances du métier des utilisateurs et que ces derniers seront mieux informés des aspects techniques d'un tel ouvrage. Cet enrichissement mutuel renforce donc les liens socio-culturels [17].

2.2.2 Rapport entre ces notions

Un rapport entre les notions composant le Capital Social est proposée schématiquement ci-après (voir Fig.2.1).

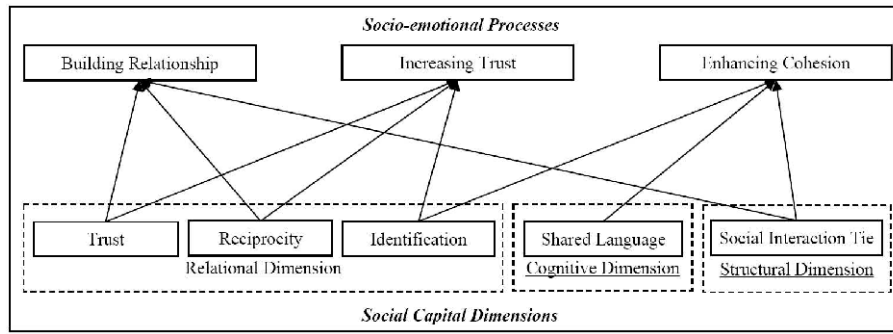


FIGURE 2.1 – Liens entre le Capital Social et les processus socio-émotionnels

Nous y retrouvons les trois dimensions du Capital Social (relationnelle, cognitive et structurelle) ainsi que les processus socio-émotionnels (renforcement des relations, de la confiance et de la connaissance mutuelle) sur lesquels ces différentes dimensions ont un impact. Le renforcement des relations se situe au niveau de la quantité d'échange entre les utilisateurs. La confiance permet de pouvoir croire et utiliser ce qu'autrui a déclaré au cours de l'échange. La connaissance mutuelle permet aux protagonistes de la relation de mieux cerner la personnalité, les intentions, les habitudes ou le cadre social de l'autre.

2.3 Concepts technologiques

2.3.1 Outils collaboratifs

Le travail collaboratif assisté par ordinateur a évolué durant plusieurs décennies [11]. Au départ d'une informatisation traditionnelle où chaque utilisateur travaille de manière indépendante sur son PC, les Groupwares ont permis aux utilisateurs de collaborer de plus en plus. Ils ont commencé par s'échanger des fichiers de travail par mail. Très rapidement, le partage de ces fichiers en réseau (sur des disques partagés) a permis de ne plus devoir les envoyer. Mais la limitation de ce système est que l'on ne peut travailler à plusieurs sur un même document simultanément. Nous avons repris ici, à titre d'illustration le modèle que M.Koch [11] propose, repris de C. Sauter [15] une catégorisation des Groupwares suivant trois modes d'interaction : la communication, la coordination et la coopération (voir Fig.2.2).

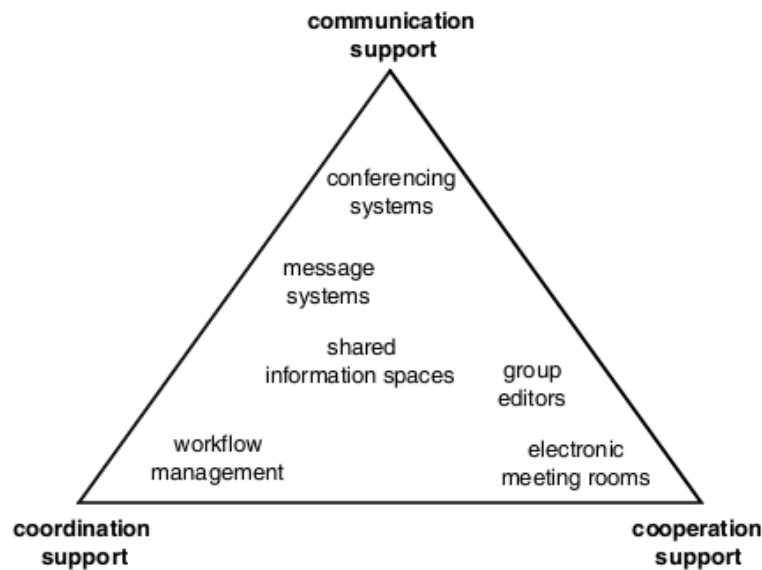


FIGURE 2.2 – Catégorisation des Groupwares selon trois modes d'interaction : la communication, la coordination et la coopération (Sauter et al., 1994)

Cette figure nous présente différents Groupwares comme les systèmes de conférence en ligne, les messageries instantanées, les espaces partagés,... Chaque Groupware est plus orienté vers un des 3 modes d'interactions présentés. La communication est l'interaction qui permet à deux protagonistes d'échanger leurs points de vue. La coordination est celle qui permet d'organiser le travail commun dans le temps et la coopération est l'interaction grâce à laquelle les utilisateurs s'organisent d'une manière pratique.

2.3.2 Web 2.0, Internet participatif

Alors que le Web 1.0 proposait une utilisation statique d'Internet, les modifications comportementales des utilisateurs d'Internet ont donné naissance à de nouvelles pratiques et à de nouveaux types de sites. Les internautes sont devenus de plus en plus actifs et productifs sur la toile en terme d'échange et de collaboration quant à l'élaboration de contenus, donnant naissance au Web 2.0. Les wikis, blogs, vlogs, sites de Réseaux Sociaux, de mashups ou encore d'échange de liens, cette liste n'étant pas exhaustive, sont autant d'exemples plaçant l'utilisateur, par le fait de son engagement et de sa participation active, au centre de la production de contenu. Nous détaillons ici un bref descriptif de ce que nous dénommons les fonctionnalités du Web 2.0. Nous donnons un site à titre d'exemple ainsi que l'effet que chaque fonctionnalité a sur les utilisateurs.

Le wiki :

Un wiki est une plate-forme web collaborative qui permet l'édition conjointe de contenus, la construction conjointe d'un savoir communautaire. Cette participation donne aux utilisateurs une reconnaissance de la part de leurs pairs. Un des wikis les plus populaires est l'encyclopédie en ligne Wikipédia (<http://www.wikipedia.com>). Dans le monde de l'entreprise, Twiki (<http://www.twiki.org>) fait référence en la matière.

Le blog :

Il s'agit d'un site Internet gratuit et éditable par son propriétaire permettant à tout utilisateur de publier des articles. Cette édition est contrôlée

par l'auteur seul. Les autres utilisateurs n'ont que le droit de commenter ce contenu. Ces commentaires peuvent être supprimés, ou pas, en fonction de la configuration du blog. Le fait de publier sur un blog, donne aux auteurs une certaine identité sociale, concept abordé plus loin. Le site Blog4Ever (<http://www.blog4ever.com/>) est un exemple parmi tant d'autres de site permettant de créer des blogs gratuits.

Le vlog :

Même principe que le blog, mais le contenu publié est, en l'occurrence, des vidéos au lieu de textes. Vlog est utilisé pour Vidéo-blog. Un des sites actuellement le plus connu en la matière est YouTube (<http://www.youtube.com/>).

L'échange de liens :

Les sites d'échange de liens (social bookmarking) permettent aux utilisateurs de sauvegarder, de manière centralisée, les liens vers des sites qu'ils trouvent intéressants. Ces ensembles de raccourcis peuvent être mis en commun et ensuite regroupés par centre d'intérêt selon une certaine folksonomie (taxonomie issue de la communauté). DelIcioUs (<http://del.icio.us>) en est un exemple. Cette fonctionnalité influence les relations entre utilisateurs en les éveillant aux centres d'intérêts que les autres peuvent avoir ? Comme ces ensembles de liens évoluent constamment, un système de notification (flux RSS : voir ci-après) est à disposition des utilisateurs du système.

Les flux RSS :

Plus un système technique qu'une production participative de la communauté des internautes, le flux RSS permet aux utilisateurs de se tenir automatiquement informés des dernières modifications survenues sur un site. Really Simple Syndication est la signification des initiales RSS. La syndication est un terme anglais signifiant le droit de reproduire un certain contenu. Les sites permettant de regrouper plusieurs flux RSS sont appelés agrégateurs. NetVibes (<http://www.netvibes.com>) ou iGoogle (<http://www.google.be/ig>) en sont deux exemples particulièrement utilisés actuellement.

Le mashup :

Le terme anglais mash-up signifie *mélange*. Il s'agit ici du mélange de plusieurs sources de données, par exemple : trafic national en temps réel, bison futé, la météo, webcams, des flashes infos, recombinaison ensemble, mélangées pour donner un aperçu du trafic automobile en temps réel (<http://www.v-traffic.com/>). Un tel contenu peut être intéressant en entreprise par la possibilité de croisement de données. Il peut être commenté par les utilisateurs, ce qui instaure un échange ou, au moins, une base de réflexion entre collaborateurs.

Le microblogging :

Le microblogging permet de poster un message court d'un maximum de 140 caractères. Cette action modifie en quelque sorte le *statut* du microblogger. La modification d'un statut est alors propagée vers tous les membres qui le *suivent*. Twitter (<http://twitter.com/>) en est un exemple. Comme chacun peut alors répondre à ce post, cette interaction permet aux membres de mieux se connaître et de pouvoir compter les uns sur les autres.

Le forum :

Le forum de discussion permet aux internautes d'échanger des informations de manière asynchrone. Chaque internaute peut soit lancer un nouveau sujet de discussion (topic), soit participer à une discussion existante

en postant un avis, une réponse (post). Afin d'organiser au mieux toute cette information, certains utilisateurs désignés comme experts par leurs pairs endossent le rôle de modérateur. Ils ont aussi la mission de veiller à faire respecter une certaine déontologie dans le forum. Chacun est reconnu par la communauté et les interactions permettent à ses membres de pouvoir se faire davantage confiance et de connaître les forces et les faiblesses de chacun.

Les sites de Réseaux Sociaux :

Enfin, typiques du web interactif, les sites de Réseaux Sociaux tels que Facebook (<http://www.facebook.com>) n'existent que grâce à leurs membres. Ces sites offrent toute une série de fonctionnalités (dont certaines reprises ci-dessus) ayant un impact important sur le Capital Social des utilisateurs que nous détaillons au point 2.2. Parmi ces fonctionnalités, notons l'utilisation du statut, que chacun peut modifier à sa guise afin d'avertir ses amis de son humeur, par exemple. Les possibilités d'action par rapport au contenu de ses *amis* comme de les *marquer* sur une photos, les commentaires, ou encore les *pokes* (j'aime-j'aime pas) sont également disponibles. Un système de notification que l'on reçoit par mail permet d'être averti de ce qu'on dit sur vous, mais aussi de ce que l'on dit sur vos amis. Toutes ces fonctionnalités ont des impacts sur de nombreux aspects du Capital Social (voir point 2.2) des utilisateurs. Dans le monde de l'entreprise, Yammer est un exemple de RSE (Réseau Social d'Entreprise) des plus en vue actuellement (<http://www.yammer.com>).

Cette liste, non exhaustive, se trouve résumée dans le tableau de la figure 2.3. La littérature ([16], [8], [17] ou [11]) décrit les différents facteurs socio-émotionnels affectés par les fonctionnalités des plates-formes décrites ci-dessus. L'impact sur ces facteurs socio-émotionnels explique - en partie en tous cas - le succès que ces plates-formes rencontrent auprès du public. Nous pouvons regrouper les différentes fonctionnalités offertes par ces plates-formes en quatre groupes, dont chacun impacte un facteur socio-émotionnel spécifique :

1. **Identification** : A l'heure de la médiatisation, être identifié dans la masse des messages qui circulent, exister en quelque sorte est un des facteurs socio-émotionnels clefs qui expliquent l'usage des plates-formes du Web 2.0 par les utilisateurs. Il s'agit aussi d'une quête de reconnaissance. Les fonctionnalités qui influencent ce processus permettent à l'utilisateur de faire connaître aux autres qui il est par les choix qu'il pose. Le fait d'être averti des changements qu'il opère au niveau de son contenu donne un aperçu de l'évolution qu'il suit. Les fonctionnalités ayant un impact sur cette identification sont la publication en général, soit de contenu, de topics ou du profil personnel, la création de listes de personnes et la notification de changement de contenu.
2. **Réciprocité** : Ce qui influence ce processus socio-émotionnel représente un ensemble d'actions gratuitement offertes à la communauté par la communauté. La particularité de la réciprocité est que le membre de la communauté à qui l'on communique un savoir n'est pas forcément celui dont on reçoit. Les fonctionnalités qui influencent la réciprocité sont les possibilités de commenter le contenu de l'autre, partager des éléments de contenu particulier avec lui, le référencer et lui répondre.
3. **Confiance** : De nombreuses études montrent que la confiance dans l'information devient un problème central dans un monde que certains qualifient d'info-obèse. Dès lors, pouvoir s'appuyer sur un réseau de confiance pour filtrer et repérer l'information est un enjeu critique des outils proposés. La confiance permet de pouvoir considérer le contenu d'un auteur comme

fiable et de pouvoir ainsi l'utiliser de manière sûre. Les fonctionnalités qui jouent sur cette confiance sont le statut et sa gestion, les réponses que l'on donne aux questions posées ainsi les systèmes de notification.

4. **Connaissance mutuelle** : Cette connaissance se construit par la convergence des centres d'intérêts qui permet à chacun de prendre conscience des sujets qui ont un sens pour les autres comme pour eux-même. Très lié à la confiance, la construction collective de connaissance via un réseau apparaît également comme un enjeu majeur de réduction de l'incertitude et de la complexité dans un monde toujours plus ouvert et informé. Le fait de pouvoir participer conjointement à l'élaboration d'un contenu a une influence sur cette connaissance mutuelle. La possibilité d'avertir quelqu'un à propos d'une chose qui nous semble intéressante ou encore l'utilisation d'un langage et d'un vocabulaire commun renforcent également cette connaissance.

Nous présentons ci-dessous un tableau récapitulatif de ces différents facteurs en rapport avec les fonctionnalités disponibles. Nous y avons résumé les relations entre les fonctionnalités de ces différentes plates-formes et les processus socio-émotionnels qu'elles influencent.

Plateforme	Fonctionnalité	Facteur(s) socio-émotionnel(s)
wiki	publier du nouveau contenu éditer du contenu commun	identification connaissance mutuelle
blog/vlog	publier du contenu commenter le contenu envoyer vers autrui via mail	identification réciprocité connaissance mutuelle
social bookmarking	publier du contenu catégoriser le contenu (folksonomie)	identification connaissance mutuelle
mashup	commenter le contenu	réciprocité
réseau social	afficher son statut mettre à jour son statut système de notification partager des photos marquer autrui sur une photo commenter les photos d'autrui commenter le statut d'autrui envoyer un "poke" publier son profil personnel lister ses amis afficher un message sur sa page d'accueil le réseau social dans son entièreté	confiance confiance confiance + identification réciprocité réciprocité réciprocité réciprocité réciprocité identification identification connaissance mutuelle liens sociaux
microblogging	afficher son statut mettre à jour son statut système de notification commenter le statut d'autrui	confiance confiance confiance + identification réciprocité
forum	publier un topic répondre à un topic par un post système de notification	identification confiance + réciprocité confiance + identification

FIGURE 2.3 – Impact par plate-forme des fonctionnalités du Web 2.0 sur les processus socio-émotionnels.

2.3.3 Social Software

Les Social Softwares sont définis comme étant les outils permettant des interactions informelles via ordinateur entre des membres d'une communauté de manière générale (sur le Réseaux Sociaux), d'un groupe de travail en particulier (sur les Groupwares). Le but recherché par les utilisateurs au travers de ces interactions est de rester en contact et de partager diverses informations en réseau. Cette attitude est très développée au sein de la génération des digital natives pour de nombreuses raisons : rester occupé, développer leur esprit, leur

conscience, enrichir leur savoir ou encore conditionner leur comportement. Les utilisateurs, issus de cette Génération Internet, apprennent à utiliser ces systèmes sans même le remarquer, sans jamais l'avoir appris à l'école et de manière tout à fait intuitive et naturelle.

Leçons retenues du CSCW : Les Groupwares sont utilisés depuis de nombreuses années dans le cadre du CSCW. De cette utilisation, les leçons suivantes ont pu être tirées :

1. Manque de participation et de motivation personnelle.
2. Le dispositif de Groupware doit être comme le comportement humain : flexible, nuancé et contextuel.
3. Grande importance de la conscientisation : *la compréhension des activités des autres qui donne un contexte à mes propres activités.*

Approche bottom-up neuve dans le Social Software : Quels sont les facteurs qui ont déclenché l'avènement du Social Software? Ces facteurs peuvent être détaillés comme suit : bottom-up, participation active, création d'une connaissance communautaire, édition collaborative, découverte et partage de connaissances, applications Internet centrées sur l'utilisateur, *coût peu élevé* de mise en place et technologie Web 2.0 Ajax. La participation active des utilisateurs à la conception même du système intervient selon un processus d'interaction entre les programmeurs et ces mêmes utilisateurs. Les systèmes ainsi mis en place évoluent de manière naturelle sur base des initiatives des membres de la communauté. Le fonctionnement de ce système s'appuie sur le bottom-up plutôt que le top-down, sur des folksonomies plutôt que sur des taxonomies, et se développe de manière organique plutôt que programmée ou planifiée. Learn-nett est une expérience basée sur un Groupware traditionnel. Elle est peu probante car les étudiants ont le sentiment que les professeurs les surveillent.

Modèle d'interaction pour l'apprentissage de groupe via des moyens informatiques : Les personnes et le système (acteurs, en anglais *Actors*) s'enrichissent mutuellement en créant des pages et des documents (contenu, en anglais *Assets*) à travers un ensemble de tâches ou de sujets divers (activités, en anglais *Activity*). A ce propos, D. Gillet [8] présente un modèle qu'il nomme *model 3A* soient *Actors*, *Assets* et *Activity* (voir Fig.2.4).



FIGURE 2.4 – Modèle d'interaction 3A

Les acteurs produisent du contenu, ils peuvent être humains mais aussi informatiques. Le contenu représente des informations produites sous forme digitale, des documents, du multimédia, des discussions ou des pages Wiki. Les activités regroupent tout ce qui permet de produire; ce sont les sujets de discussion, autant que les tâches à effectuer. Ce modèle est applicable indifféremment au CSCW et au Social Software. D'ailleurs, M. Koch[11], sur base du modèle présenté à la Fig. 2.2, propose un modèle rapprochant trois autres concepts assez ressemblants (voir Fig.2.5).

Il utilise le terme de *Information Management* pour les *Assets*, celui de *Communication (support)* reflétant l'équivalent d'*Activity* dans le modèle 3A et enfin la notion d'*Identity and Network Management* qui correspondrait à *Actors*. Le triangle du Social Software présente le point de vue fonctionnalités du Web 2.0 alors que le Modèle 3A s'applique plus à représenter les interactions entre les protagonistes.

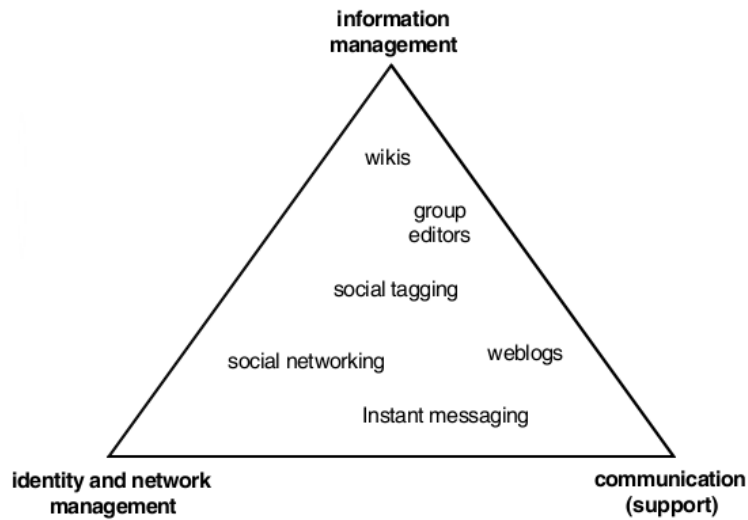


FIGURE 2.5 – Le triangle du Social Software

2.3.4 Importance des processus socio-émotionnels

Comme nous l'avons vu, ces processus sont importants car ils ont un impact sur le Capital Social des protagonistes d'une relation. Ils permettent d'améliorer le dialogue et de partager les connaissances, ils contribuent à cultiver l'esprit de collaboration et rendent les dialogues constructifs et de meilleure qualité. Que ces systèmes soient synchrones, comme les outils de messagerie instantanées ou asynchrones comme par exemple les forums, le fait que les équipes soient *virtualisées*, c'est à dire ne se trouvent plus physiquement et temporellement ensemble, ne signifie pas qu'il y ait moins de rapports sociaux. Dans le cadre de ce mémoire, nous étudions la manière dont les différentes possibilités d'interaction offertes par le Web 2.0 influencent le Capital Social des utilisateurs et parallèlement, quel est l'impact de ces variations sur les productions de contenu produites par ces participants. Dans une étude concernant des équipes de travail virtualisées, W.-T. Tan [17] propose une schématisation de ces relations permettant de créer du Capital Social dans un groupe d'utilisateurs (voir Fig.2.6).

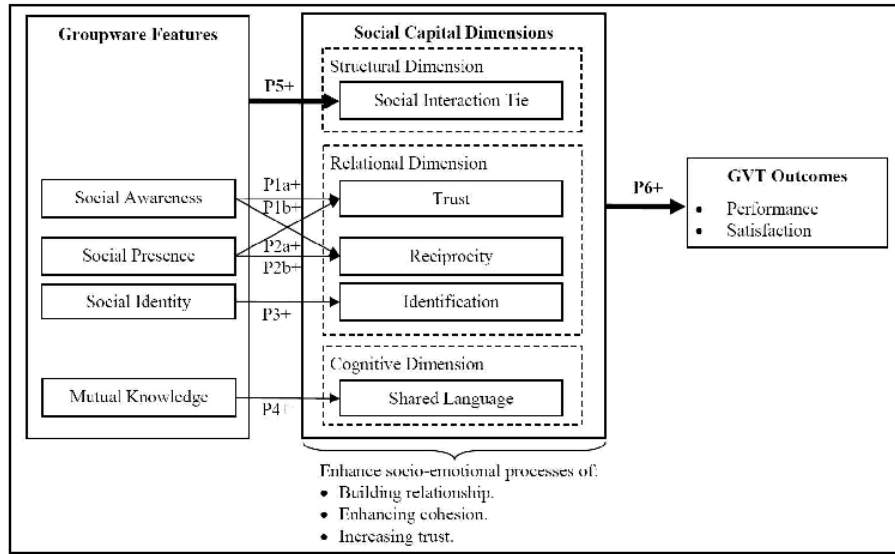


FIGURE 2.6 – Framework conceptuel identifiant les fonctionnalités susceptibles de créer du Capital Social

Le schéma montre quels sont les outils ad hoc pour provoquer les changements qui vont faire qu'en fonction de la théorie, les performances et la satisfaction des membres de ces équipes de travail virtuelles vont augmenter. Cette figure représente graphiquement les liens entre les fonctionnalités d'un Groupware (Conscience sociale, Présence sociale, Identité sociale et Connaissance mutuelle) et les aspects du Capital Social décrits au point 2.2.

2.4 Concepts organisationnels

2.4.1 Typologie des entreprises

Dans le cadre de notre travail, bien que les principes abordés y restent valables, nous ne considérons pas les PME (Petites et Moyennes Entreprises : moins de 250 travailleurs). En effet, au sein de petites structures, les conditions d'implémentation des fonctionnalités qui nous intéressent ne sont pas les mêmes que dans les grandes entreprises. Dans les PME, les rapports de proximité étant plus forts, on peut faire l'hypothèse que les besoins en outils de collaboration y sont moins présents. Les entreprises considérées sont de grande taille, comportant dès lors plus de 250 travailleurs.

La collaboration entre les employés d'une grande entreprise dépend de l'organisation de celle-ci, comme le définit Koch[11] dans son article. Elles sont plutôt hiérarchisées et basées sur une infrastructure informatique gérée de manière centrale par un Service Informatique généralement interne. Dans ces conditions, les collaborateurs sont regroupés en équipes géographiquement localisées au même endroit. Ils ont le *droit* d'utiliser les ressources informatiques selon des règles fixées de manière rigide afin de maîtriser les risques technologiques. Swatmann[16] détermine que les systèmes d'information, souvent propriétaires, sont centralisés et structurés par l'IT et exclusivement dédiés au business. L'information à destination des collaborateurs est distillée par la hiérarchie (top-down). Elle est rédigée selon un langage commun utilisant un vocabulaire propre à l'entreprise[17]. La classification de l'information se fait selon des critères et

une terminologie internes à l'entreprise et définis pour tous les collaborateurs (taxonomies : systèmes de classement catégorisé des espèces du monde animal, par extension tous systèmes de catégorisation). Ce type d'organisation, généralement assez peu flexible et plutôt complexe n'a d'autre choix que de travailler de manière planifiée et est donc très peu réactive, tant par rapport aux consommateurs, que vis-à-vis des collaborateurs. Il s'agit d'une organisation bureaucratique. Les particularités citées ci-dessus définissent l'Entreprise 1.0 selon une classification que nous comparons avec un autre modèle : l'Entreprise 2.0.

Le concept d'Entreprise 2.0 se concrétise par l'intégration de ces moyens de communication en son sein. Cette intégration ne peut être efficace sans l'appui et le support IT qui convient. L'implémentation de ces outils est à la fois conditionnée par la structure organisationnelle, tout en la faisant aussi évoluer. Afin de clarifier ces liens entre organisations et outils collaboratifs, P. Swatmann a proposé la différenciation entre ... le concept d'Entreprise 1.0 et d'Entreprise 2.0 (voir Fig.2.7).

Enterprise 1.0	Enterprise 2.0
Hierarchy	Flat Organization
Friction	Ease of Organization Flow
Bureaucracy	Agility
Inflexibility	Flexibility
IT-driven technology / Lack of user control	User-driven technology
Top down	Bottom up
Centralized	Distributed
Teams are in one building / one time zone	Teams are global
Silos and boundaries	Fuzzy boundaries, open borders
Need to know	Transparency
Information systems are structured and dictated	Information systems are emergent
Taxonomies	Folksonomies
Overly complex	Simple
Closed/ proprietary standards	Open
Scheduled	On Demand
Long time-to-market cycles	Short time-to-market cycles

FIGURE 2.7 – Différences entre Entreprise 1.0 et Entreprise 2.0 - Source Enterprise 2.0 Conference 2008

Cette figure nous présente les principales différences d'organisation entre une Entreprise 1.0 que nous qualifierions de *traditionnelle* et une Entreprise 2.0 que nous pourrions décrire comme *user-centric*. Il ne possède pas ou peu de niveaux hiérarchiques. La flexibilité rend son organisation plus facile. L'infrastructure technologique est guidée par les utilisateurs et basée sur de l'Open Source (non propriétaire et généralement gratuit). L'organisation est globale, transparente et pas nécessairement en équipes localisées géographiquement au même endroit. Elle est bottom-up, c'est à dire qu'elle tient compte de et utilise l'avis et ce que les utilisateurs apportent pour se construire de manière organique et classe son contenu suivant une folksonomie plutôt qu'une taxonomie. Une telle entreprise possède une grande capacité d'adaptation, une grande agilité, afin de répondre très rapidement aux besoins de ses clients et d'être compétitive sur un marché en rapide évolution.

2.4.2 Objectif Entreprise 2.0

La tendance actuelle au sujet de l'utilisation d'Internet évolue vers une utilisation plus communautaire et plus sociale du réseau des réseaux. Chacun possède désormais une vie sociale virtuelle. Ce changement de comportement se situe principalement au niveau de la vie privée. Beaucoup d'entre nous sont membres d'une ou plusieurs communautés virtuelles et participent plus ou moins activement au sein de ces communautés sur des Réseaux Sociaux. Chacun développe un réseau de relations dans lequel les membres partagent des centres d'intérêts communs, poursuivent un but commun ou encore cherchent à donner une autre facette à leur existence. Aujourd'hui, Internet offre toutes les facilités pour y parvenir : les participations sporadiques ou assidues à des forum traitant de sujets aussi divers que variés ! Les nombreux blogs sur lesquels les internautes publient, sans la moindre pudeur, leurs exploits festifs ou leurs aventures,... parfois les plus incongrues, exprimant ainsi leur besoin d'exposer à la face du monde une tranche de leur quotidien.

Mais qu'en est-il au sein de l'entreprise ? On y parle de plus en plus du Web 2.0 sans vraiment y voir émerger toutes les applications pratiques... Le management insiste régulièrement pour mettre en place les mêmes fonctionnalités en interne. Mais est-il conscient, même partiellement, de l'impact et des bienfaits des médias sociaux ou est-ce un phénomène de mode ? Quels sont les objectifs des managers ? Comment faire adhérer les collaborateurs ? Comment les motiver à participer aussi librement et volontairement sur l'Intranet que sur Internet ? Comment l'Entreprise 1.0 doit-elle évoluer vers l'Entreprise 2.0 et comment créer les conditions favorables à cette évolution ? Quels sont les facteurs du Capital Social utilisables à l'intérieur de l'organisation ?

Cela fait des décennies que les employés s'adaptent à l'évolution perpétuelle de l'entreprise. Mais ce temps n'est-il pas révolu ? N'est-ce pas, en l'occurrence, à l'entreprise d'adapter son organisation en fonction des nouvelles habitudes de ses collaborateurs pour se diriger vers une typologie d'Entreprise 2.0 ? L'entreprise a toujours tout attendu de ses forces vives... N'est-il pas venu, le temps pour elle de répondre aux besoins de communiquer différemment de ses salariés ? Cette réponse est-elle envisageable et sous quelles conditions ? Une fois les objectifs définis par le management, quelles sont les bonnes questions à se poser ? Quelles sont les étapes à respecter ? En résumé, quelles sont les conditions socio-techniques de déploiement de systèmes de collaboration basés sur le Web 2.0 dans les grandes entreprises ?

Chapitre 3

Méthodologie

Introduction

Au départ de ce travail, nous nous posons trois questions :

- Pourquoi les sites de Réseaux Sociaux comme Facebook, Twitter ou Wikipédia fonctionnent-ils si bien sur Internet et pas au sein même des entreprises ?
- Quels sont les facteurs, liés à la vie des entreprises, qui conditionnent ou influencent l'adoption et l'usage de ce type de plate-forme ?
- Partant de la connaissance de ces facteurs, comment favoriser la mise en œuvre de ce type de plate-forme au sein des entreprises ?

Nous montrons ensuite, dans l'Etat de l'Art au chapitre 1, qu'il existe trois types de variables qui peuvent influencer l'adoption et l'utilisation des Social Softwares. Les variables de dimension socio-émotionnelle, celles de dimension technologique et enfin celles de dimension organisationnelle :

1. Dimension socio-émotionnelle : qui concerne les facteurs socio-émotionnels liés à l'utilisation de certaines fonctionnalités interactives.
2. Dimension technologique : qui concerne les technologies du Web 2.0 et les différents systèmes d'interaction.
3. Dimension organisationnelle : qui concerne la typologie des entreprises.

La partie théorique répond à la seconde question posée au départ. Partant de là, nous souhaitons confronter la réalité du terrain avec ces différents aspects théoriques, qu'il s'agisse de la dimension socio-émotionnelle, de la dimension technologique ou encore de la dimension organisationnelle. Nous décidons donc de réaliser un questionnaire et de le publier en ligne.

3.1 Objectifs de l'enquête

Les questions sont élaborées afin de mesurer la réaction des utilisateurs par rapport à nos trois types de variables, en privé (sur les Réseaux Sociaux) et dans le milieu professionnel (sur les Groupwares). Ensuite, une série de questions plus personnelles nous permet de récolter des données démographiques, sur la typologie des entreprises ou encore sur les responsabilités des répondants. Les buts de ce questionnaire sont donc multiples.

D'une part pouvoir comparer le comportement des répondants d'un point de vue privé et d'un point de vue professionnel. Voici la manière dont nous avons organisé les questions de notre enquête afin d'y parvenir. Nous proposons donc deux séries de questions, une concernant chaque milieu. un groupe de questions concernant l'usage des Réseaux Sociaux s'intitule :

– **A la maison, dans le privé...**

et une série concernant le milieu professionnel, intitulée :

– **Au travail, dans votre entreprise...**

Ces deux groupes de questions nous donnent un aperçu des pratiques quantitatives des personnes interrogées :

- *Ont-ils des comptes ?*
- *A quelle fréquence les utilisent-ils ?*
- *Collaborent-ils électroniquement ou pas ?*
- ...

D'autre part, il nous semble intéressant d'étudier le ressenti ainsi que la perception qu'ont les répondants de leurs propres comportements par rapport à ces différentes utilisations. Nous complétons donc les deux premiers groupes de questions par deux autres séries respectivement nommées :

– **Internet, les Réseaux Sociaux et vous...**

et

– **Les Groupwares et vous...**

Il s'agit ici d'obtenir des informations qualitatives sur la perception, par les utilisateurs, des fonctionnalités utilisées. Ceci nous offre des points de comparaisons entre privé et professionnel en adressant des questions similaires, quel que soit le milieu concerné :

- *Que ressentent-ils en recevant des commentaires ?*
- *Comment se considèrent-ils : Producteur, Consommateur ou les deux ?*
- *Pourquoi publient-ils du contenu ?*
- ...

Cette étude permet de mesurer le degré de conscience des utilisateurs par rapport aux différentes fonctionnalités proposées par les plate-formes Web 2.0 et résumées à la figure 2.3. Les réponses doivent nous aider à identifier si des différences existent au niveau de la réaction des répondants à divers facteurs socio-émotionnels en privé par rapport au monde du travail.

Enfin, une série d'informations d'ordre socio-démographique nous permet de connaître davantage les caractéristiques du groupe de personnes ayant participé à l'enquête :

- *Quels âges ont-ils ?*
- *Dans quels secteurs d'activités travaillent-ils ?*
- *Ont-ils des responsabilités ?*
- ...

La somme des réponses accumulées nous permet, dans le chapitre 4, d'une part de vous présenter les grandes tendances de réponses aux questions, mais aussi d'établir des analyses croisées pour confirmer ou infirmer nos hypothèses de départ.

3.2 Présentation du questionnaire

Afin de rencontrer nos objectifs, nous rédigeons les questions réparties en cinq groupes distincts :

1. A la maison, dans le privé...
2. Internet, les Réseaux Sociaux et vous...

Ces deux premiers groupes de questions couvrent le domaine des activités privées sur les Réseaux Sociaux, tant au niveau quantitatif que qualitatif.

3. Au travail, dans votre entreprise...
4. Les Groupwares et vous...

Ces deux groupes suivants concernent les questions quantitatives et qualitatives se rapportant au domaine professionnel (sur les Groupwares)

5. A propos de vous !

Ce dernier groupe de questions aborde les sujets d'ordre socio-démographique. Dans cette ultime série, nous abordons, en plus des questions démographiques, un ensemble de questions spécifiques pour les responsables afin de capter les attitudes des uns et des autres.

En Annexe A, vous trouverez une version imprimable de ce questionnaire en ligne générée par l'outil d'enquête utilisé et remis en page pour une question de lisibilité.

Pour chaque question (numérotée par le système), vous retrouverez une remarque en italique représentant les conditions sous lesquelles cette question a été présentée aux répondants.

Ex : *Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies : La réponse était 'Oui' à la question '4. Possédez-vous un compte Facebook ?'*

Cette remarque signifie donc que cette question a été proposée au répondant uniquement si celui-ci avait répondu par 'Oui' à la question numéro 4 : 'Possédez-vous un compte Facebook?'. Si le répondant avait répondu autre chose, cette question ne lui aura, naturellement, pas été présentée.

Une phrase revient ensuite introduire la ou les réponses possibles :

- *Choisissez toutes les réponses qui conviennent* : lorsqu'il s'agit de réponses multiples
- *Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes* : si un seul choix est possible

Un tableau reprend ensuite les différentes réponses possibles précédées d'un carré (case à cocher) dans le cas de réponses multiples ou d'un rond (bouton radio) si le répondant doit choisir une seule réponse entre plusieurs possibles.

Notons enfin que, pour toutes les questions présentant plusieurs réponses possibles, qu'il s'agisse de cases à cocher ou de boutons radios, le répondant dispose toujours d'une possibilité nommée *Autre* : lui permettant d'écrire lui-même une autre réponse que celles proposées.

Pour résumer, nous pouvons donc dire que le questionnaire est subdivisé en trois grandes parties :

1. L'usage des Réseaux Sociaux en privé
2. L'utilisation des Groupwares en entreprise
3. Les données socio-démographiques

Une première série de questions se focalise sur les pratiques du répondant sur un plan privé. Un second groupe de questions tente de formaliser le degré de conscience qu'a le répondant par rapport à l'impact de ces outils orientés vers les Réseaux Sociaux. Ensuite, ce questionnaire aborde l'usage des outils étudiés dans l'environnement de travail du répondant, avec, ici encore, une série de questions permettant une approche plus qualitative que quantitative. Enfin, un ultime groupe de questions permet de situer la position du répondant dans l'entreprise afin de vérifier la couverture d'un panel d'échantillon suffisamment varié.

3.3 Population ciblée

Au point de vue du public auquel nous adressons cette enquête, l'orientation s'est faite par les choix posés quant aux canaux par lesquels nous avons demandé aux personnes de répondre. En effet, l'utilisation des différents groupes LinkedIn

choisis ainsi que la liste de distribution des anciens de la Faculté d'Informatique des Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix de Namur a fortement orienté notre enquête vers des groupes d'utilisateurs spécifiques. D'une part, l'opportunité qui nous a été donnée d'envoyer un mail vers les Alumni a permis de toucher un grand nombre de personnes dans le milieu de l'informatique. Ceci nous donne l'occasion au chapitre 4 de faire des comparaisons entre les informaticiens et les autres. D'autre part, voici une liste des groupes LinkedIn spécifiques dans lesquels notre enquête a été postée. Nous indiquons chaque fois trois informations (**Nom du groupe** : Groupe ouvert ou fermé. *Présentation du profil de ce groupe.*)

Profil personnel : Profil touchant principalement des collègues de travail dans le monde bancaire.

Association Belge des Communication Internes (ABCI) : Groupe fermé. *L'ABCI a pour vocation la promotion, le développement et l'encouragement de la communication interne et de la presse d'entreprise en Belgique. C'est un lieu de rencontres, d'échanges d'expériences et de connaissances pour les professionnels de la communication interne.*

ALMIN : Groupe fermé. *Alumni association of Computer Science students from the FUNDP (University of Namur).*

AWEX - Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements... : Groupe ouvert. *Rejoignez le groupe de l'AWEX pour rentrer en contact avec des professionnels intéressés par l'export et bénéficier de ressources et de conseils pour mener à bien vos projets à l'international.*

BELTUG - Open group : Groupe fermé. *BELTUG is the largest independent group of Belgian ICT Managers, working on communications services. We interact closely with the ICT sector; as an ICT provider or consultant, you are also welcome.*

FUNDP Alumni : Groupe fermé. *Group for the alumni of the Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix of Namur (University of Namur, Belgium).*

FUNDP Namur : Groupe fermé. *Ce groupe a pour but de mettre des professionnels en contact, de permettre aux étudiants de Namur de trouver les relais intéressants dans leur recherche d'emploi ou encore simplement de retrouver des anciens camarades... J'y ai fait le droit, promo 92... Envoyez une invitation via LinkedIn à Gaëtan Paulus avec le mail : gaetan-paulus@yahoo.com. Ensuite, envoyez la demande d'adhésion au groupe. Bien cordialement.*

Rotary Belgium - Luxembourg (Belux) : Groupe fermé. *The Rotary clubs in Belgium and Luxembourg are part of the global network of Rotary International (RI). Belux is divided in three districts. Each of these districts is governed by a governor. The purpose of the "Rotary Belux" LinkedIn Group is to form an informal network besides the other communication channels and communication structures in Rotary. By doing so, Rotary Belux can better characterize itself and achieve its goals.*

Enfin, le texte d'introduction de cette enquête doit également avoir opéré une certaine sélection parmi les répondants. En effet, certaines personnes, lisant ce texte se sont peut-être rendu compte que cela ne correspondait pas à leurs activités sur Internet. En voici le contenu :

"Bonjour.

Merci d'avance de répondre à ce questionnaire, il ne vous prendra que 15 à 20 minutes.

Ce questionnaire porte sur l'usage des outils de collaboration, comme SharePoint, (=Groupwares) et de réseautage, comme FaceBook ou Twitter (=réseaux sociaux), et de leurs fonctionnalités en privé et à l'intérieur des entreprises.

Il est complètement anonyme et les réponses seront traitées de manière impersonnelle.

Le but de ce questionnaire est de réaliser une étude quantitative et qualitative de l'utilisation des Groupwares et des outils de réseautage et de leurs fonctionnalités dans votre vie personnelle et dans votre environnement de travail.

Les analyses seront intégrées dans un mémoire de Master en Informatique aux FUNDP de Namur.

Vous avez l'opportunité de laisser votre e-mail à l'issue du questionnaire si vous désirez recevoir une copie en PDF de ce mémoire."

3.4 Administration du questionnaire

3.4.1 Logiciel utilisé

Nous avons opté pour l'utilisation d'un système d'enquête en ligne pour plusieurs raisons. La première est que ce type de logiciel permet de ne pas devoir encoder les réponses des répondants, évitant par là-même les erreurs d'encodage ainsi qu'une perte de temps non négligeable. Ensuite, ce type de questionnaire est accessible via un simple lien Internet, ce dernier pouvant être envoyé via mail ou publié sur une page Internet. Un tel système simplifie donc la distribution de notre questionnaire. Enfin, une interface web permet une certaine configuration dans l'ordre des questions, le regroupement par blocs ainsi que des conditions d'affichage d'une question par rapport à une ou des réponses précédentes (voir 3.2).

Le logiciel utilisé est LimeSurvey (<http://www.LimeSurvey.org>), dans sa version 1.91+ Build 12416. Ce logiciel est un produit open-source sous licence GNU GPL issu d'un projet initié par Jason Cleeland, d'Australie.

LimeSurvey permet aux utilisateurs de créer rapidement et de manière intuitive de puissants questionnaires et enquêtes en ligne qui pourront recevoir les réponses de dizaines de milliers de participants sans trop d'efforts. Le logiciel d'enquête va guider le participant tout au long du processus d'enquête. Il y a eu une grande accélération du développement ces dernières années, conduisant à de nombreuses nouvelles fonctionnalités et modifications. LimeSurvey est un logiciel aux sources ouvertes (open-source), un logiciel libre (free software). Aussi, faites un don pour apporter votre soutien à l'équipe de développement qui essaie de faire la différence.

La programmation est en PHP et le tout est connecté à une base de données MySQL.

L'avantage principal de ce système réside dans sa double utilisation possible. D'une part, il existe sur Internet des possibilités d'utiliser le software sur un serveur prévu à cet effet, moyennant quelques euros. D'autre part il est aussi téléchargeable sous forme de package et installable sur la plupart des serveurs d'hébergement Internet.

Dans notre cas, c'est cette seconde option qui a été mise en œuvre et l'installation a été effectuée sur un serveur mutualisé chez BeHostings (: [http : www.BeHostings.com](http://www.BeHostings.com)). Cette jeune société, située, depuis peu, à Louvain-La-Neuve, offre l'avantage d'avoir ses propres serveurs situés en Belgique, propose un support professionnel, du monitoring permanent et utilise de l'énergie verte. La configuration type pour un serveur d'hébergement mutualisé est la suivante :

- Boîtier Supermicro 1U
- Carte Mère Supermicro ou Tyan

- 2 Processeurs Intel Xeon Low Voltage (Xeon L5420 ou L5520)
- 8 ou 16 Go de Mémoire DDR ECC
- 4 disques SATA configurés en RAID 10
- 2 uplinks Gigabit

Le système LimeSurvey permet de générer une version imprimable dont le contenu, bien que graphiquement retravaillé pour une question de présentation de ce mémoire, est disponible en annexe (Annexe A). Les statistiques que l'on peut tirer directement dans LimeSurvey sont également reprises en annexe de ce travail (Annexe B). Les tableaux et les graphiques sont directement générés depuis l'outil, sous forme de pages html, en PDF ou dans un fichier Excel. Notons que, dans la version Excel, les graphiques ne sont pas présents. Les nombreuses options permettent de générer un grand nombre de documents de qualité en fonction des besoins de chacun.

Chapitre 4

Résultats

Introduction

La quantité de données dépasse nos prévisions quant à la qualité et à la quantité des réponses. Aussi, nous nous focaliserons principalement sur une analyse permettant de trouver une réponse à nos questions de départ :

- Pourquoi les sites de Réseaux Sociaux comme Facebook, Twitter ou Wikipédia fonctionnent-ils si bien sur Internet et pas au sein même des entreprises ?
- Quels sont les facteurs, liés à la vie des entreprises, qui conditionnent ou influencent l'adoption et l'usage de ce type de plate-forme ?
- Partant de la connaissance de ces facteurs, comment favoriser la mise en œuvre de ce type de plate-forme au sein des entreprises ?

Cependant, dans un souci de transparence et par honnêteté intellectuelle, nous présentons en annexe B, les résultats complets, question par question. Il s'agit du rapport statistique complet généré par LimeSurvey, remis en page pour une question de lisibilité. Les différentes réponses possibles sont présentées sous forme de tableau pour lequel chaque ligne présente un décompte, soit le nombre fois que cette réponse a été choisie. Un pourcentage affiche la proportion que ce nombre de réponses représente, soit par rapport au nombre total des 240 répondants, soit par rapport aux réponses à la question contraignante y donnant accès. Ces résultats vous sont présentés graphiquement, soit sous forme de camembert s'il s'agit d'un choix unique, soit sous forme de graphique à barres dans le cas de choix multiples. Enfin, lorsque les répondants ont complété eux-mêmes une réponse de type 'Autre', un second tableau reprend le contenu complet de ces réponses. Nous avons pris le parti de recopier telles qu'elles ces réponses sans y apporter la moindre modification, reproduisant ainsi les diverses erreurs orthographiques et autres fautes de frappe qu'auraient pu commettre les répondants lors de l'introduction de ces réponses personnelles.

Nous proposons également une brève conclusion à la fin de ce chapitre. Celle-ci nous permettra, au chapitre 5, de lister une série de questions qu'il nous semble opportun de se poser préalablement au lancement d'un projet d'implémentation d'outils collaboratifs possédant des fonctionnalités Web 2.0 en entreprise, répondant ainsi à notre troisième et dernière question de base.

4.1 Données socio-démographiques

L'ensemble des données socio-démographique nous permettent d'analyser plus en détails le profil des personnes ayant répondu à notre enquête. Selon nos

hypothèses de base, il est intéressant de vérifier si les répondants sont issus d'un environnement de travail plus ou moins rigide et hiérarchisé. S'ils travaillent dans le domaine informatique ou autre. S'ils forment un groupe représentatif par rapport à nos questions de départ. Voici donc l'étude socio-démographique de notre échantillon qui vous permet de juger le caractère varié de ce dernier.

4.1.1 Démographie

Le nombre total de questionnaires retenus comme valides (complets et respectant les contraintes) est de 240. Ces 240 répondants se répartissent à concurrence de trois quarts d'hommes pour un quart de femmes. Plus de 62% des répondants se situent dans la tranche d'âges allant de 36 ans à 55 ans, environ 32% sont dans les tranches plus jeunes et un petit 6% se retrouvent dans les 56 ans et plus. La figure 4.1 représente graphiquement cette observation en mixant les deux paramètres que sont le sexe et l'âge. On peut visuellement y constater que la majorité des répondants se situe dans la tranche 36-55 ans, ce qui représente une grande proportion de la population active dans le monde du travail.

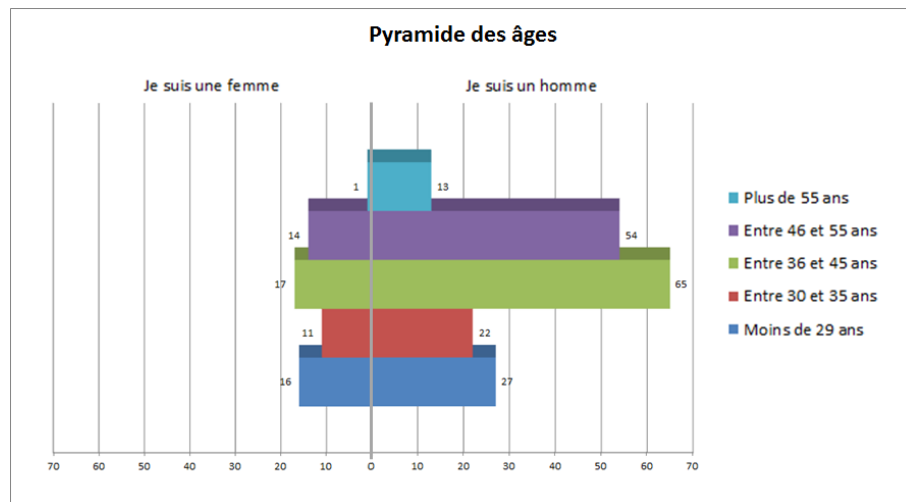


FIGURE 4.1 – Pyramide des âges des répondants.

4.1.2 Education et professions

Par rapport au niveau d'étude de l'échantillon, il est important de noter que 83,33% des répondants déclarent posséder un diplôme universitaire. La figure 4.2 nous présente la répartition des répondants dans les différents domaines d'activités professionnelles.

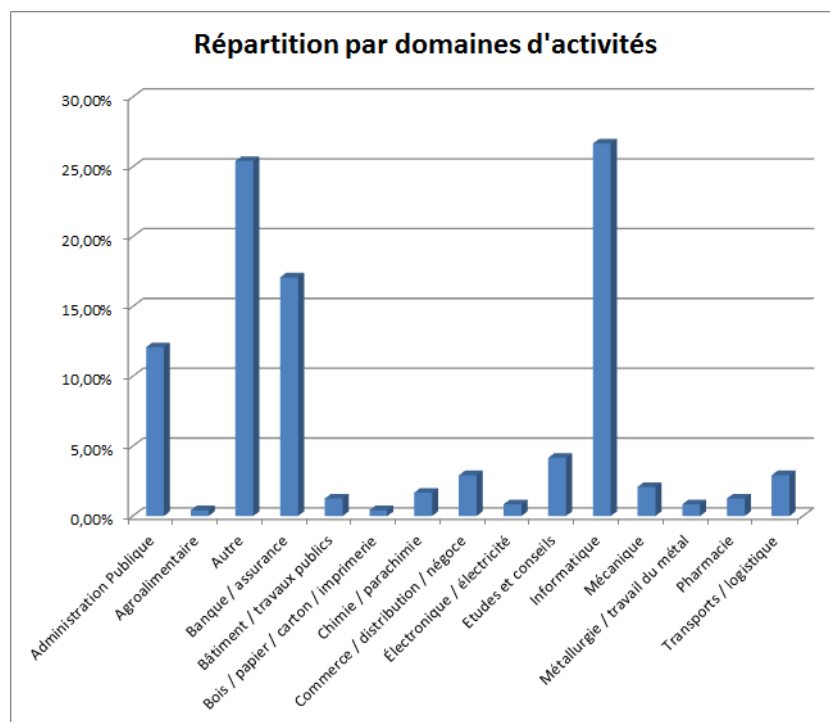


FIGURE 4.2 – Répartition de l'échantillon par domaines d'activités.

Plus de 65% des répondants travaillent dans des sociétés de plus de 250 personnes. Les PME comptant moins de 250 personnes, notre échantillon peut donc être principalement considéré comme appartenant à de grandes entreprises. Les différents domaines représentés sont l'informatique, le secteur de la banque et de l'assurance, l'administration publique ainsi que l'enseignement (*Autre*). Le grand nombre de réponses *Autre* est dû à l'oubli de l'*Enseignement* comme réponse possible dans le questionnaire (voir Annexe A). Plus de la moitié des répondants (52,50%) travaillent dans des services informatiques, le reste se répartissant les divers services que l'on trouve généralement en entreprise, à savoir : Services Administratifs, Financiers, Marketing, Techniques, Gestion des Ressources Humaines,... comme visualisé à la figure 4.3.

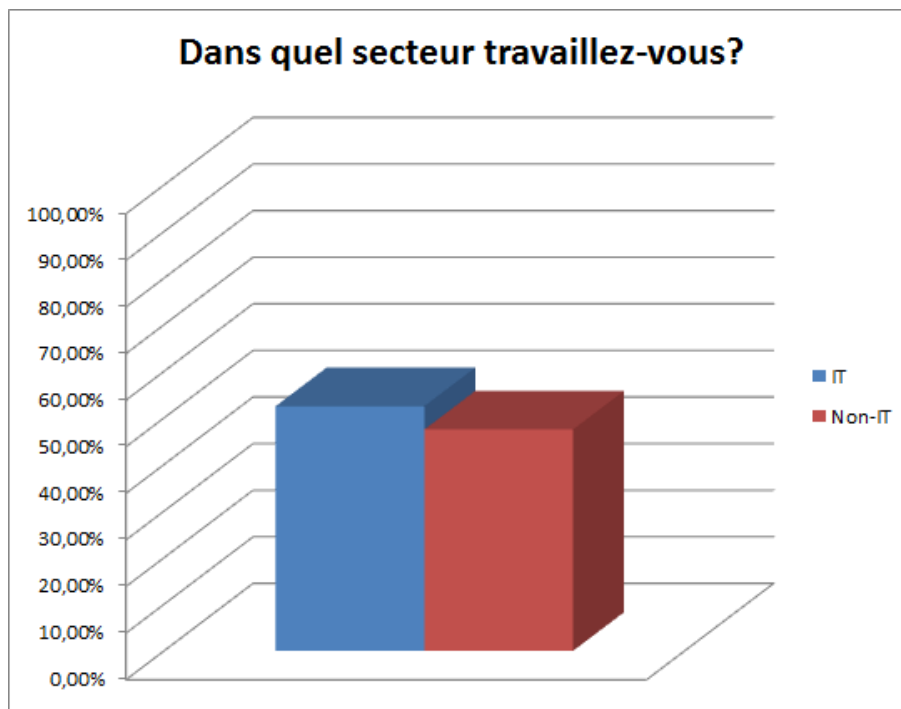


FIGURE 4.3 – Proportion d’informaticiens parmi les répondants.

4.1.3 Contexte organisationnel

La figure 4.4 nous montre que la majorité des répondants sont issus d’entreprises de type 1.0¹. Des entreprises plutôt hiérarchisées, bureaucratiques et rigides. La typologie Entreprise 1.0, dont sont issus la majorité des répondants, nous permet de voir dans quelle mesure les facteurs abordés dans le chapitre 2.3.2 ont une influence sur le déploiement et l’utilisation des Groupwares dans ce type d’entreprise.

1. selon la définition présentée à la section 2.3.2 par la figure 2.7

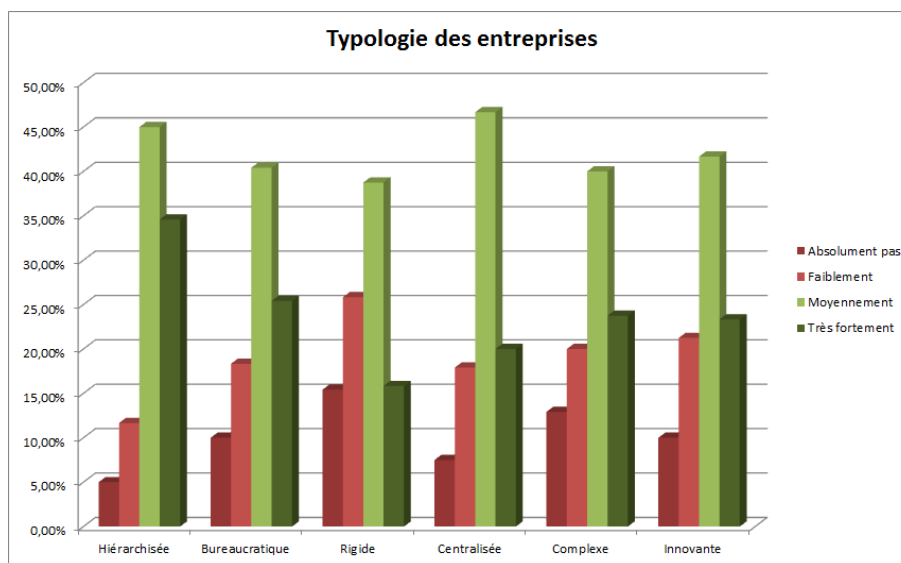


FIGURE 4.4 – Typologie des entreprises.

Hormis le domaine industriel, l'échantillon est représentatif du monde du travail actuel, tant dans sa diversité que dans sa représentativité. On notera tout de même qu'un répondant sur deux travaille dans un service informatique. Ceci nous offre l'opportunité de faire des comparaisons plus ciblées (cfr 4.3.3).

4.2 Usages privés et professionnels

Afin d'avoir une vision la plus globale possible, nous nous sommes d'abord intéressés aux pratiques de notre échantillon par rapport aux Réseaux Sociaux. Cela nous donne l'opportunité d'ensuite comparer ces comportements avec ceux pratiqués sur les Groupwares utilisés dans le domaine professionnel.

4.2.1 Utilisation des comptes sur les Réseaux Sociaux

Pour la première partie concernant les activités sur les Réseaux Sociaux, nous avons interrogé les utilisateurs par rapport aux grands standards actuels du marché : Skype, Facebook, LinkedIn, Twitter, Wikipédia, les blogs, les sites de photos (Picasa & Flickr), vidéos (YouTube) et favoris (Delicio.us) en ligne. Il est intéressant de constater que 66,37% disposent d'un compte Skype mais que 20,62% de ces personnes ne l'utilisent jamais. 33,33% des utilisateurs n'ont pas de compte Skype car ils trouvent cela trop consommateur de temps ou n'en voient pas l'utilité. 71,67% ont un compte Facebook, dont 14,53% ne l'utilisent jamais. Les autres n'en ont pas, soit parce qu'ils ne veulent pas utiliser ce système, soit pour des raisons de vie privée. Au sujet de LinkedIn, 82,50% des répondants possèdent un compte que la plupart utilisent au moins une fois par semaine, et dont seulement 11,11% déclarent ne jamais l'utiliser. La majorité des personnes n'ayant pas de compte LinkedIn n'en voient pas l'utilité. Twitter, quant à lui, n'a que 40,42% des répondants parmi ses abonnés. Mais ce qui est le plus remarquable est que plus d'un tiers de ces personnes déclarent ne jamais utiliser leur compte ! Sur les 59,58% n'ayant pas de compte Twitter, 35,83% n'en voient tout simplement pas l'utilité ou trouvent que cela fait double emploi avec Facebook ou LinkedIn.

Si la plupart des répondants ont un compte Facebook et un compte LinkedIn, il est intéressant de constater qu'en ce qui concerne Twitter, la proportion de personnes ayant un compte est fortement influencée par l'âge comme le montre la figure 4.5. Cette tendance reste de mise pour Facebook, cependant avec de moindres écarts proportionnels en fonction de l'âge. Par contre, force est de constater que, quelle que soit la tranche d'âge, plus de trois quarts des personnes ayant répondu à ce questionnaire possèdent un compte LinkedIn, le Réseau Social à finalité professionnelle.

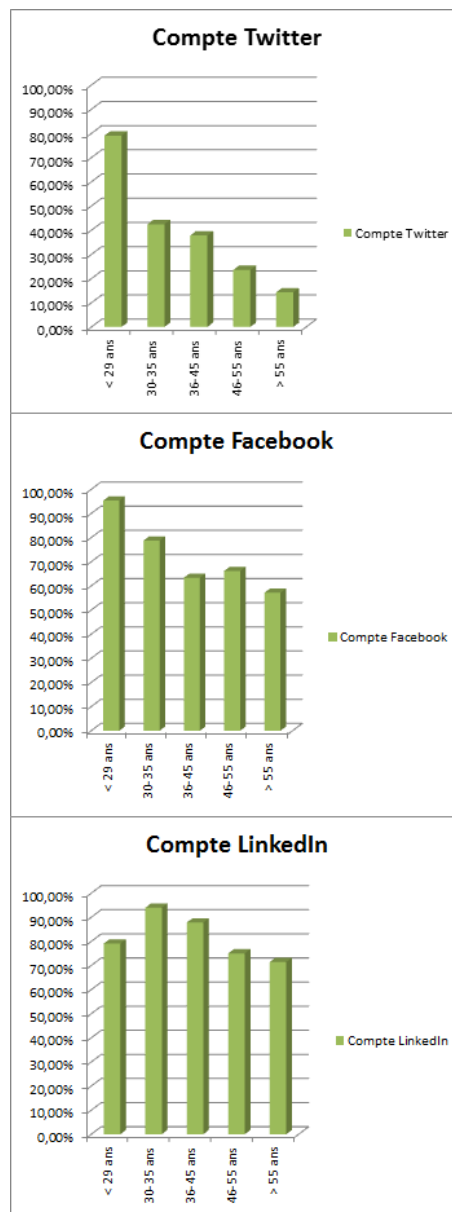


FIGURE 4.5 – Répartition proportionnelle des répondants ayant un compte Twitter, Facebook et LinkedIn par tranche d'âge.

Il est encore intéressant de constater que, proportionnellement, près de 85% des femmes ayant répondu disposent d'un compte Facebook contre seulement

67,4% chez les hommes. Ceci confirme la plus grande nécessité de communication dû à un besoin relationnel plus présent au sein de la gent féminine.

Si 77,50% n'ont pas de blog c'est parce que 44,58% d'entre eux n'en voient pas l'utilité. Il est aussi intéressant de constater que ceux ayant un ou plusieurs blogs, soit ne l'utilisent que quelques fois par mois, soit carrément jamais.

A propos des sites de stockage et de partage de photos en ligne, 42,08% ont un compte qui n'est, pour la plupart, utilisé que quelques fois par mois. Près de la moitié des membres ayant un compte ne l'utilisent jamais! C'est, ici encore, pour des raisons de vie privée que 54,36% des répondants ont choisi volontairement de ne pas ouvrir ce type de compte.

En ce qui concerne les sites de vidéo en ligne, comme Youtube, plus de trois quart des personnes participant à l'enquête n'ont jamais utilisé ce type de service pour des raisons de vie privée (41,91%) ou simplement parce qu'elles n'ont pas de vidéo à publier en ligne (32,50%)

Enfin, le Social Bookmarking, ce partage de liens en ligne, semble être assez mal connu puisque 90,42% n'utilisent pas ce type d'outils. De plus, la plupart d'entre eux déclarent soit ne pas connaître (26,25%), soit ne pas en voir l'utilité (38,33%).

4.2.2 Activités sur les comptes

En fonction de l'utilisation en privé ou dans le milieu professionnel des outils de type Social Software, nous avons relevé une tendance intéressante dans la perception qu'ont les utilisateurs de leur propre attitude. Le principe de Web 2.0 est, rappelons-le, que le contenu est essentiellement généré par les utilisateurs. Or il s'avère que, selon les chiffres de notre enquête, cette perception diverge en fonction du milieu dans lequel l'utilisateur se trouve. Plus de huit personnes sur dix (81,67%) se voient comme *consommateurs*, dans la sphère privée, plutôt que comme *producteurs* de contenu, alors que dans le milieu professionnel, ils s'estiment autant producteurs que consommateurs de contenu.

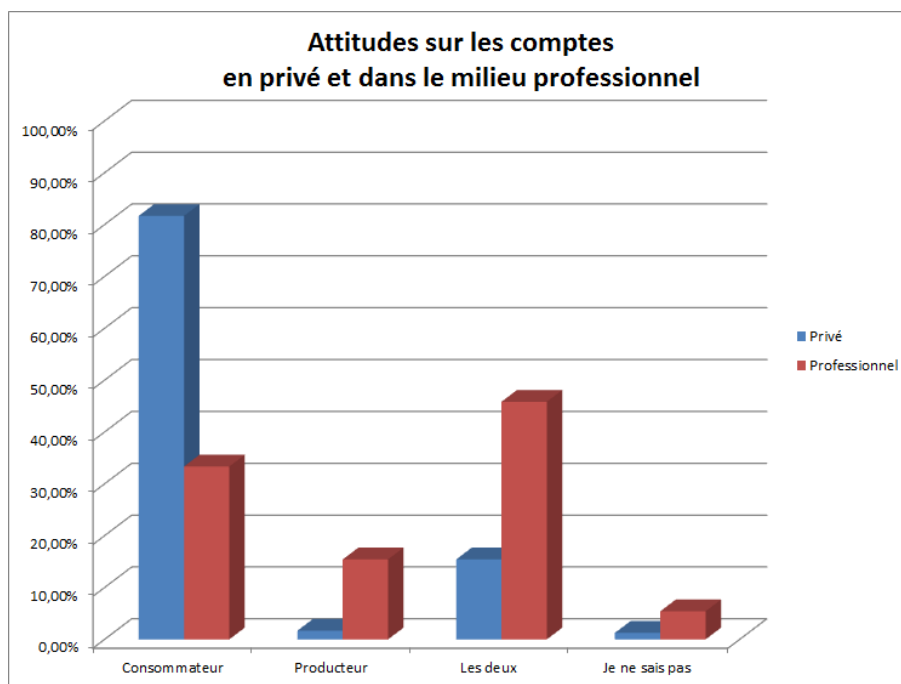


FIGURE 4.6 – Consommateur ou producteur de contenu en fonction du milieu privé ou professionnel.

Dans le domaine privé, alors que 81,67% des répondants se considèrent comme consommateurs, un phénomène étonnant se produit lorsqu'on leur demande : *Qu'avez-vous comme activité sur les Réseaux Sociaux ?*

Voici leurs réponses à cette question :

- *Je modifie mon statut (30,71%)*
- *Je publie des informations car je pense qu'elles intéressent les autres (31,54%)*
- *Je donne mon avis par rapport aux informations publiées par d'autres (29,88%)*

Et le plus étonnant est que seulement 33,61% répondent à cette question par : *Je lis les informations, je ne publie rien*, restant ainsi cohérents avec la manière dont ils se considèrent. Alors que, contrairement, près d'un tiers des répondants (31,54%) déclarent publier des informations car ils pensent qu'elles intéressent les autres, près de trois sur dix (29,88%) donnent leur avis par rapport aux informations publiées par les autres, générant ainsi eux-mêmes du contenu ! Une des caractéristiques de l'utilisation des fonctionnalités du Web 2.0 est que nous utilisons ces systèmes de manière intuitive, sans être conscient des phénomènes socio-émotionnels sous-jacents à nos propres actions.

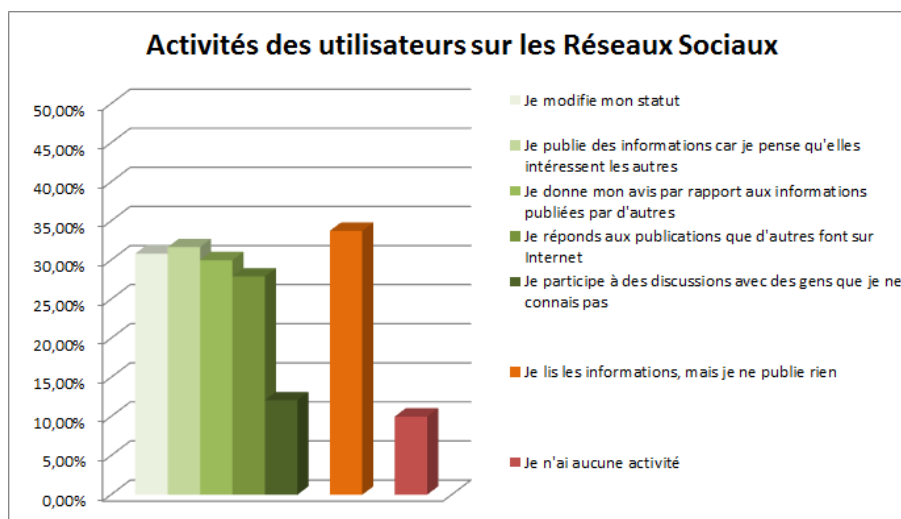


FIGURE 4.7 – Activités des utilisateurs sur leurs propres comptes de Réseaux Sociaux.

La motivation principale qui pousse les gens à utiliser les Réseaux Sociaux est d'être informé des activités des autres (43,15%). Le simple fait de pouvoir garder le contact est aussi évoqué régulièrement par les utilisateurs. Notons tout de même que 15,42% avouent qu'une des raisons qui les incite à l'utilisation de ces Réseaux Sociaux est qu'ils considèrent ceux-ci comme un phénomène de mode.

Si seulement 21,25% ont déjà participé à un site de partage de connaissances comme Wikipédia, la plupart, soit 82,35% d'entre eux n'y publient qu'une seule fois, voire occasionnellement. C'est parce qu'ils n'y ont jamais pensé que 32,92% des autres n'ont jamais publié sur ce type de sites. Pour le reste, le fait de ne jamais avoir publié est mis sur le compte du manque de temps.

Au niveau des sentiments que les utilisateurs ressentent par rapport aux publications d'autrui, relevons que, si 35,83% d'entre eux sont contents d'être informés des activités de leurs contacts, 26,67% trouvent que les autres manquent généralement de retenue. Notons enfin que, parmi les autres réponses, fournies manuellement pas les répondants, on relève que plusieurs d'entre eux considèrent les publications d'autrui comme inintéressantes!

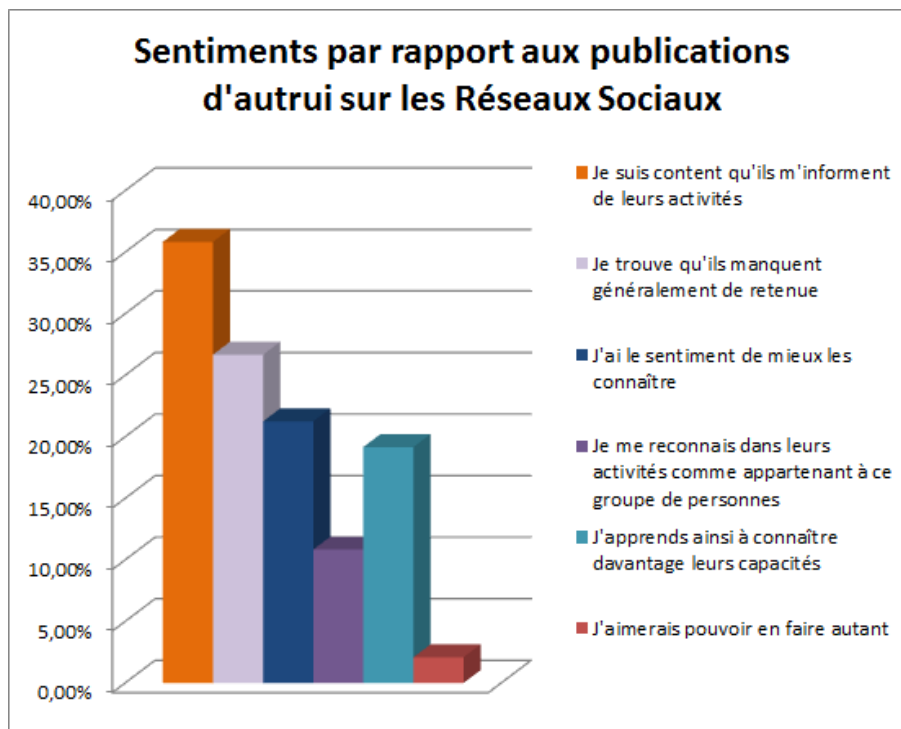


FIGURE 4.8 – Sentiments des utilisateurs par rapport aux publications des autres sur les Réseaux Sociaux.

La moitié des utilisateurs de Réseaux Sociaux donne des avis par rapport aux publications des autres, un peu plus d'un quart (26,67%) ne publie jamais rien et environ 1% les utilise à de fins professionnelles ou commerciales. 60,5% déclarent ne commenter les publications qu'occasionnellement, voire rarement, alors que 26,5% ne commentent jamais car 15% préfèrent donner leur avis oralement plutôt que sur Internet.

Enfin, 40,42% des répondants apprécient recevoir des commentaires d'autres personnes au sujet de leurs propres publications et trois sur dix estiment que, de recevoir des commentaires, est l'occasion d'entamer un dialogue.

Si nous comparons, maintenant, les attitudes des utilisateurs par rapport à leur métier, on peut se rendre compte que les utilisateurs opérant dans le secteur de l'informatique ont, proportionnellement plus d'activités que les autres. Et ceci est vrai tant dans le domaine des activités privées (Réseaux Sociaux) sur Internet que dans un environnement professionnel (Groupwares).

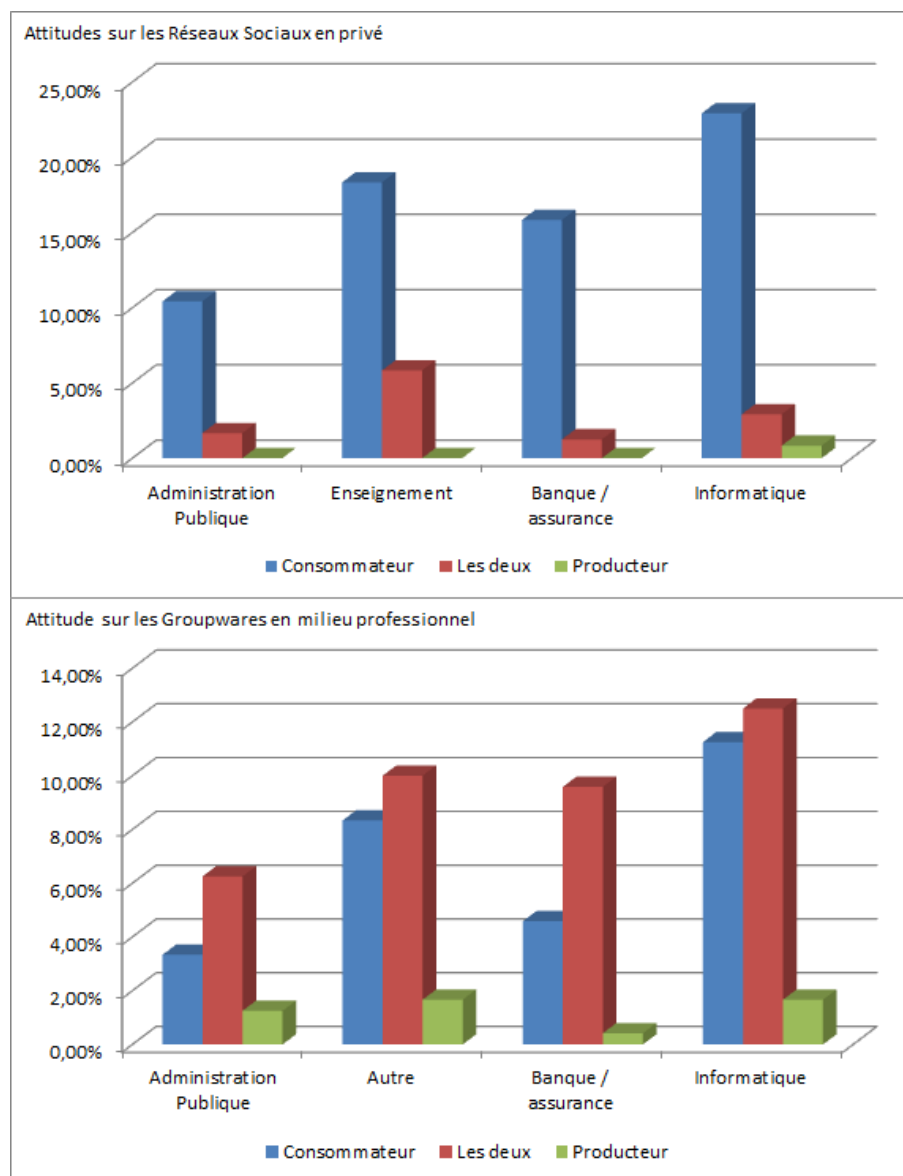


FIGURE 4.9 – Consommateur ou producteur de contenu en fonction de la profession.

Cette information est intéressante car, vis-à-vis de notre hypothèse sur les rapports sociaux entre utilisateurs, nous démontrons que les répondants travaillant dans la secteur de l'informatique sont plus actifs que les autres profils. Dès lors, il sera intéressant, dans notre roadmap du chapitre 5 de tenir compte de cet état de fait. Ce groupe d'utilisateurs plus actif pourra certainement être pris en considération comme moteur de l'innovation.

4.3 Facteurs d'influence en milieu professionnel

Issus de la Revue de la Littérature, nous avons distingué trois facteurs principaux susceptibles d'influencer les relations sociales entre utilisateurs. Voyons à présent si nous retrouvons ces tendances dans les résultats de notre enquête.

Chaque facteur sera traité individuellement, en commençant par les variables organisationnelles, viennent ensuite, les variables socio-émotionnelles pour enfin terminer par les variables technologiques.

4.3.1 Usages professionnels et contexte organisationnel

Dans le domaine professionnel, nous distinguons deux activités principales des utilisateurs. D'une part l'accès aux Réseaux Sociaux, cités ci-avant, depuis leur poste de travail au bureau et, d'autre part, l'utilisation des outils collaboratifs (Groupwares) mis à leur disposition par l'entreprise. Dans la section 2.4.1, la figure 2.7 reprend un tableau comparatif entre les typologies des organisations structurées de manière plus ou moins hiérarchique. Nous avons repris dans la littérature les appellations *Entreprise 1.0* qualifiant les organisations très hiérarchisées et *Entreprise 2.0* pour désigner les entreprises structurées de manière plus organique. Nous vous proposons ici une analyse des réponses par rapport à ces deux typologies bien distinctes, le but étant de voir si la typologie de l'entreprise impacte, peu ou prou, l'adoption et l'utilisation des Groupwares.

Accès et typologie

Tout d'abord, il est intéressant de noter qu'au total, 57,50% des répondants ont accès librement aux Réseaux Sociaux depuis leur poste de travail. Cependant, la figure 4.10 montre clairement que plus le degré de hiérarchisation d'une entreprise est élevé, moins les accès aux Réseaux Sociaux y sont disponibles.

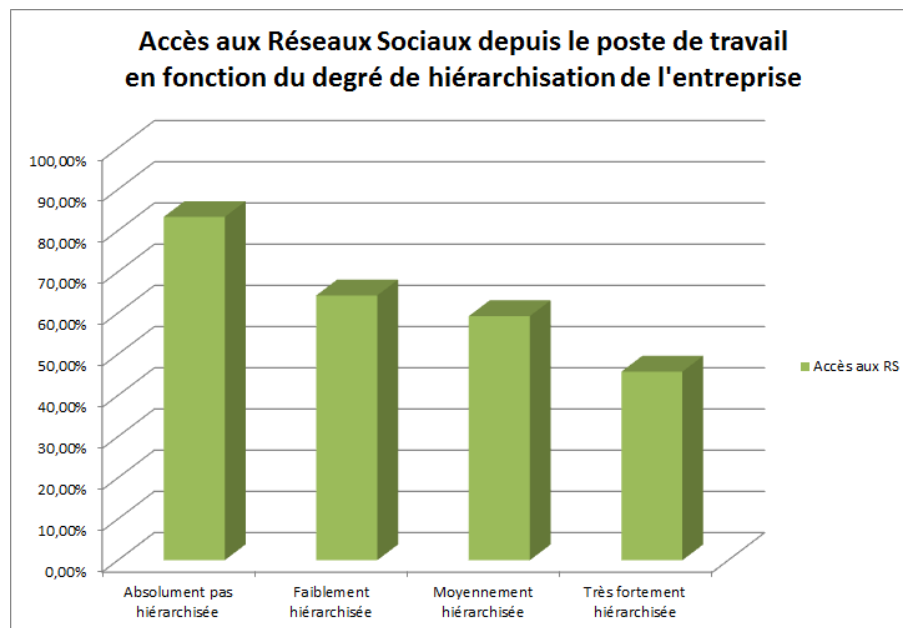


FIGURE 4.10 – Proportion d'utilisateurs ayant accès aux Réseaux Sociaux depuis leur poste de travail en fonction du degré de hiérarchisation de l'entreprise.

Les raisons invoquées par les répondants selon lesquelles leur entreprise ne leur laisse pas l'accès aux Réseaux Sociaux sont, dans l'ordre d'importance, les suivantes :

1. L'utilisation des Réseaux Sociaux durant les heures de travail ont un impact sur votre productivité.
2. L'utilisation de ces Réseaux Sociaux est trop consommatrice de temps.
3. Les informations doivent rester dans l'entreprise, c'est une question de sécurité.
4. Ces Réseaux Sociaux consomment trop de bande passante et ralentissent le réseau.

La figure 4.11 nous en donne une représentation graphique croisée avec le degré de hiérarchisation de l'entreprise du répondant.

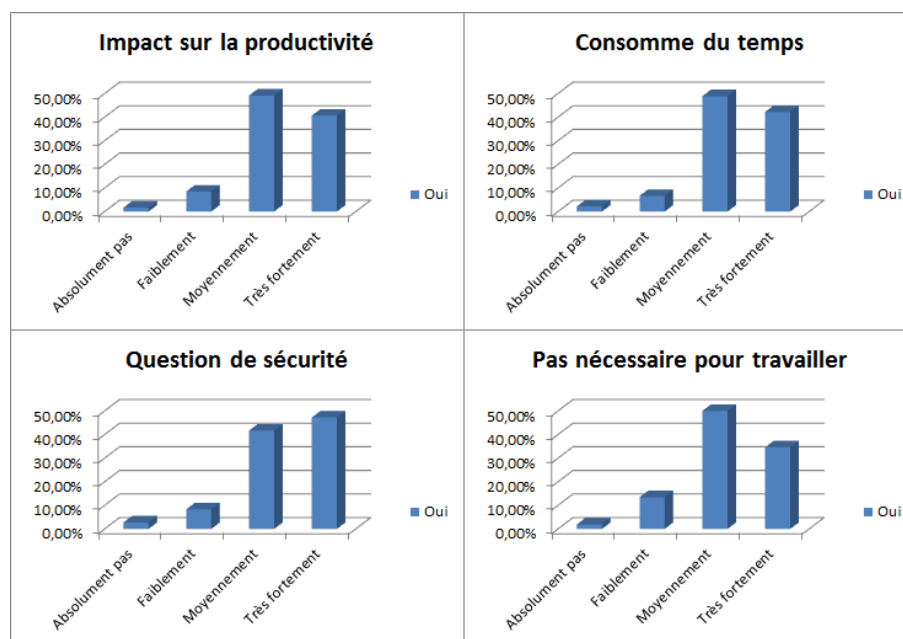


FIGURE 4.11 – Raisons invoquées pour ne pas laisser accès aux Réseaux Sociaux en fonction du degré de hiérarchisation.

Typologie et utilisation des Groupwares

Parmi les différents Groupwares mis à dispositions dans les entreprises, nous retrouvons le courrier électronique (95,42%), les dossiers partagés en réseau (76,67%), l'intranet informationnel (69,58%) et les environnements collaboratifs (54,58%). Les intranets interactifs, quant à eux, n'atteignent pas la moitié, avec 43,33% de disponibilité en entreprise. Ceci étant, notre enquête relève aussi que les Entreprises 1.0 disposent de plus de Groupwares que celles du type Entreprise 2.0, comme le montre la figure 4.12.

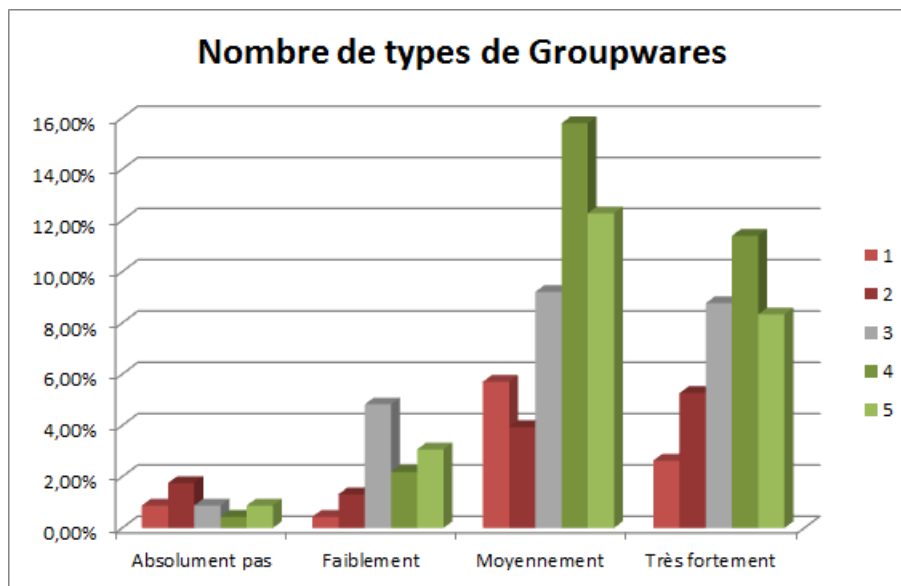


FIGURE 4.12 – Nombre de types de Groupwares en fonction de la typologie d'entreprise

Remarquons que, par rapport aux Groupwares mis à disposition, plus d'un utilisateur sur cinq (21,67%) déclare ne pas disposer de règles claires quant à l'utilisation au sein de l'entreprise de ces outils. A l'inverse, plus d'un quart des répondants (26,25%) peut s'appuyer sur des règles clairement définies pour chacun des Groupwares mis à leur disposition. On remarque donc qu'en accompagnement de cette mise à disposition des Groupwares, les entreprises 1.0 proposent également des règles d'utilisation pour la plupart des outils (figure 4.13). Notons également que les entreprises très peu hiérarchisées ne disposent clairement pas de ce type de règles.

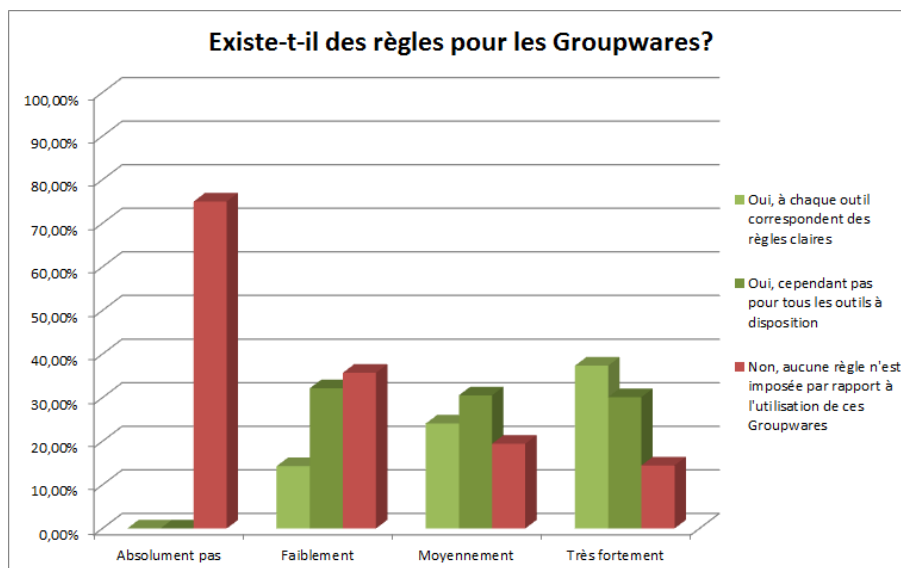


FIGURE 4.13 – Existence de règles d'utilisation en fonction de la typologie

Parmi les fonctionnalités Web 2.0 les plus répandues, on trouve les agendas partagés (76,25%), les systèmes de partage de documents (63,33%) vient en seconde position et en troisième lieu, les Wikis ou bases de connaissances (48,75%).

Parmi les réponses disponibles dans le questionnaire, voici celles, concernant les avantages des Groupwares, choisies majoritairement par les utilisateurs :

- Facilitation de l'accès à l'information (76,67%)
- Centralisation de l'information (72,50%)
- Gain en efficacité pour les informations partagées (67,92%)

Pour ce qui est des inconvénients, nous devons souligner le fait que, dans de nombreux questionnaires, les utilisateurs ont déclaré n'en trouver aucun! Cependant, parmi les désavantages relevés par les autres répondants nous retrouvons le manque de règles bien définies (25,42%) et le fait que l'information est plus difficilement trouvable car n'étant plus centralisée (20,83%).

Participation aux Réseaux Sociaux et aux Groupwares

Nous avons également posé une série de questions aux répondants quant à leurs sentiments et leurs motivations par rapport à l'utilisation de ces systèmes interactifs, en privé et au sein de leur entreprise. Certains écarts entre le privé et le professionnel sont particulièrement importants.

Alors qu'ils se considèrent toujours majoritairement comme des *consommateurs* d'information (45,83%), les utilisateurs en milieu professionnel se considèrent aussi, en forte proportion comme, à la fois, *producteurs ET consommateurs* de contenu (33,33%). Alors que, dans le privé, 81,67% déclarent être principalement *consommateurs* d'information.

D'autre part, comme notre échantillon est composé pour moitié d'informaticiens, voici une figure qui nous montre que la proportion de profils actifs sur les Réseaux Sociaux est plus grande pour les utilisateurs qui ne sont pas informaticiens (Non-IT). Cette tendance s'inverse dans le monde de l'entreprise. Les informaticiens sont donc proportionnellement plus actifs au sein de l'entreprise.

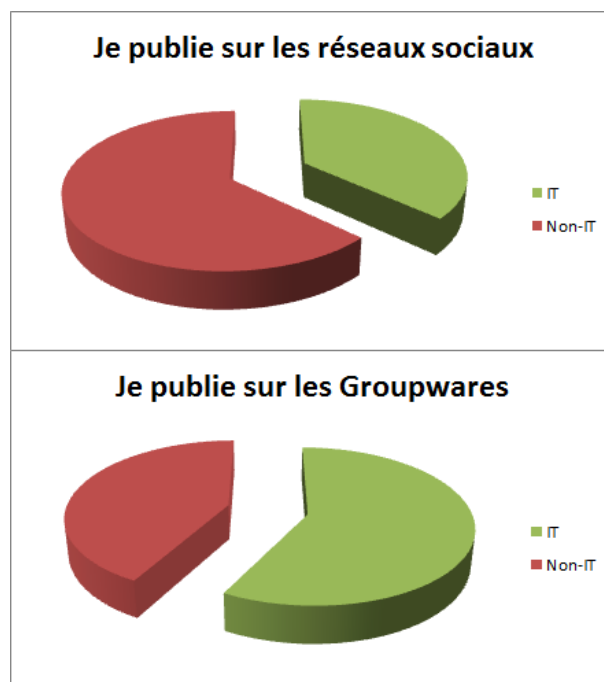


FIGURE 4.14 – Comparaison entre le taux de participation des informaticiens et les autres, sur les Réseaux Sociaux et les Groupwares.

Plus de la moitié des personnes interrogées publient car ils estiment que ce qu'ils ont à exprimer intéresse les autres, alors que 20,42% des répondants déclarent de jamais rien publier. Enfin, 20,83% affirment ne faire que lire, consommer du contenu.

Les raisons qui les poussent à utiliser les Groupwares au sein de leur entreprise vont toutes dans le sens du partage de l'information et d'une collaboration plus efficace :

- Apporter mon aide à mes collègues (34,17%)
- Participer à la vie de l'entreprise en donnant mon avis (30%)
- Avertir les autres de mes activités (26,67%)

Lorsqu'on leur demande s'ils postent des commentaires par rapport aux publications de leurs collègues, près de la moitié d'entre eux (49,37%) déclare ne jamais poster de commentaire. Les principales raisons invoquées sont l'absence de possibilité technique de commenter les publications d'autrui, dans 12,08% des cas, et le fait qu'ils préfèrent leur dire ce qu'ils pensent en privé plutôt qu'en public pour 16,25% d'entre-eux.

Quand leurs collègues commentent leurs propres publications, les utilisateurs sont, dans 35,42% des cas, heureux d'entendre leurs avis. Près d'un quart des répondants (23,75%) estiment que c'est l'occasion d'entamer un dialogue et plus d'un sur dix (10,83%) estime que cette réaction prouve que ce qu'ils disent intéresse leurs collègues.

4.3.2 Degré de responsabilité et facteurs socio-émotionnels

Le degré de responsabilité joue-t-il un rôle d'ouverture ou de fermeture par rapport à l'utilisation des fonctionnalités du Web 2.0 dans les entreprises ? Parmi les questions posées nous avons d'abord identifié que 45,42% de nos répondants ont un groupe de personnes sous leur responsabilité. Plus de trois quarts de

ces groupes comprennent moins de 25 travailleurs. Nous pouvons ainsi vérifier s'il existe des différences entre les personnes ayant des responsabilités dans l'entreprise et les autres.

Limitation des accès en fonction du niveau de responsabilité

Le fait d'être responsable dans une entreprise ne donne pas de privilège quant à l'accessibilité aux Réseaux Sociaux. Les personnes n'ayant pas de responsabilité ont même plus librement accès aux Réseaux Sociaux depuis un poste de travail que les responsables.

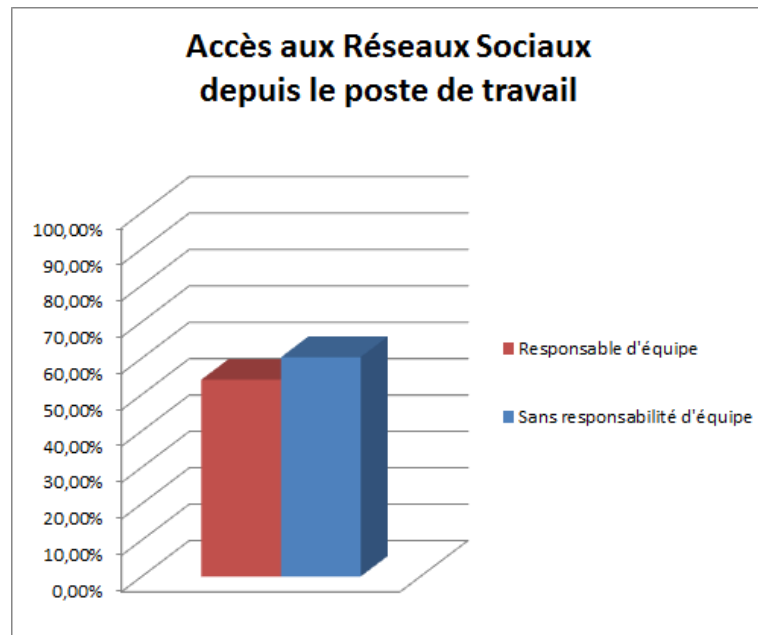


FIGURE 4.15 – Comparaison entre cadres et employés quant à l'accès aux Réseaux Sociaux depuis le poste de travail.

Cette figure 4.16 montre donc que 54,13% des responsables, seulement, ont accès aux Réseaux Sociaux depuis leur poste de travail. Or si on regarde la proportion de ces responsables ayant un compte sur Facebook, par exemple, on note que 66,06% d'entre-eux déclarent avoir un compte Facebook. On peut donc poser l'hypothèse que ceux ayant un compte Facebook y ont accès depuis leur poste de travail.

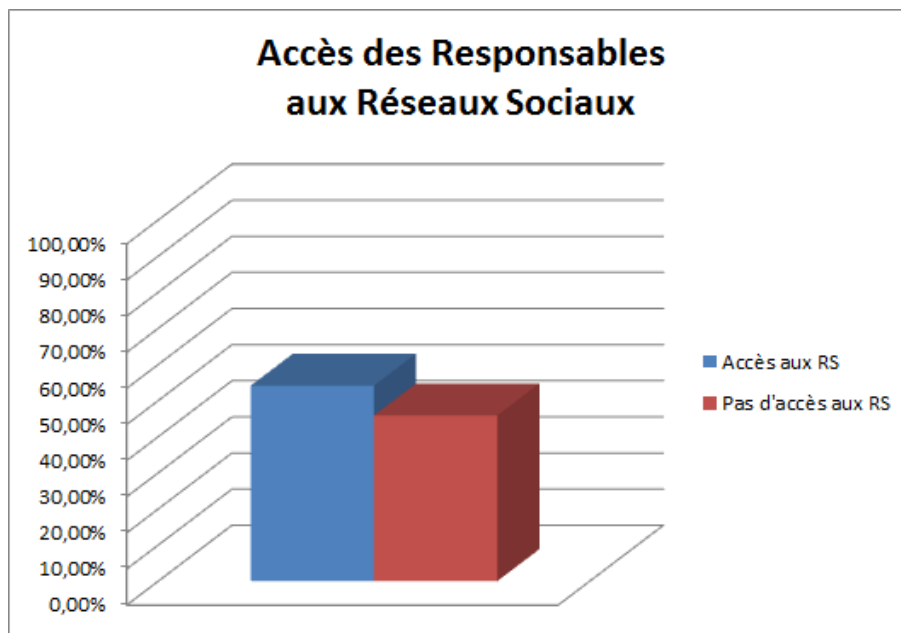


FIGURE 4.16 – Proportion des accès aux Réseaux Sociaux chez les responsables.

Avis des responsables sur la mise à disposition de Groupwares

Une autre analyse intéressante présente la réaction des responsables dont les équipes n'utilisent pas encore de Groupwares. Nous avons posé, à ces responsables, la question suivante : *Souhaiteriez-vous disposer de Groupwares pour les collaborateurs de vos équipes ?*

La proportion de réponses varie de manière importante en fonction des tranches d'âges. Si le responsable est un natif numérique, il semble tout à fait enclin à mettre ce type d'outils à disposition de ses collaborateurs, mais pour les autres...

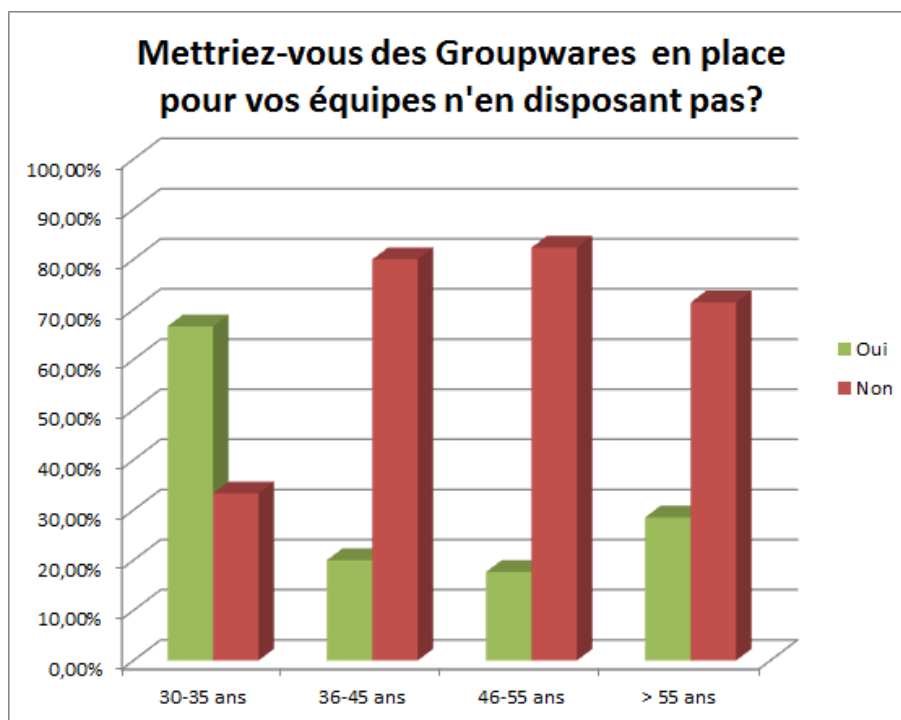


FIGURE 4.17 – Acceptation des Groupwares chez les responsables dont les équipes n'en disposent pas encore en fonction de l'âge.

... Nous constatons la réticence marquée des responsables ne faisant pas partie des digital natives quant à l'ouverture à l'utilisation des Groupwares.

4.3.3 Usages professionnels et facteurs technologiques

La moitié de l'échantillon est représenté par des utilisateurs évoluant dans des services informatiques (IT), tous secteurs d'activités confondus. Dans nos analyses, nous les appelons *les informaticiens*. Il nous a semblé intéressant de voir dans quelle mesure le comportement de ces informaticiens, au fait de la technologie utilisée, varie par rapport aux autres professions. Ces variations permettront de vérifier si les informaticiens sont de potentiels moteurs de l'innovation au sein de l'entreprise.

Besoin de reconnaissance

Pour évaluer le besoin de reconnaissance, nous avons pris en compte la réponse à la question : *Quel sentiment éprouvez-vous lorsque les autres/les collègues commentent vos propres publications ?*

Comme nous l'avons résumé au point 2.3.2 de la partie théorique de ce travail, les commentaires postés sur des publications influencent la réciprocité.

Les résultats de notre enquête montrent que, dans le domaine privé, les informaticiens ont moins besoin de reconnaissance que dans le domaine professionnel. D'autre part, nous remarquons aussi que plus d'un utilisateur sur deux, parmi ceux n'étant pas informaticien n'apprécie pas recevoir des commentaires sur leurs publications professionnelles. A contrario, sur les Réseaux Sociaux, ces mêmes utilisateurs (Non-IT) sont majoritairement satisfaits de recevoir des commentaires !

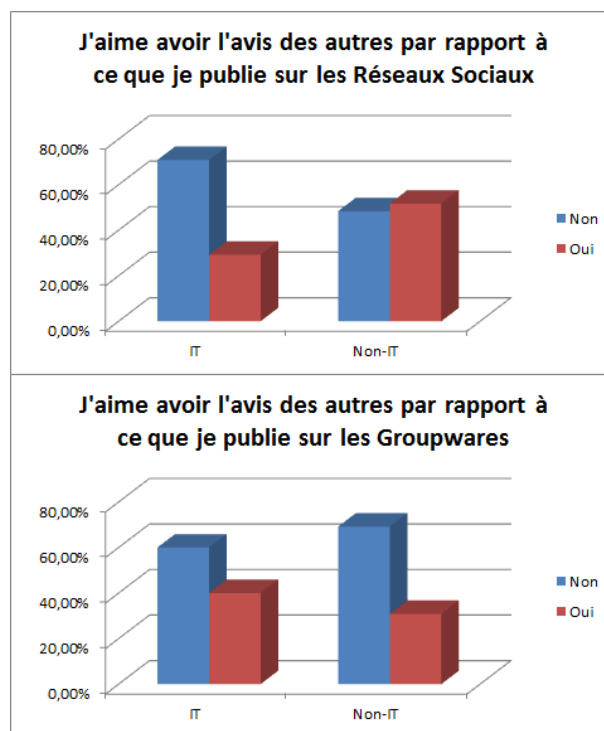


FIGURE 4.18 – Besoin de reconnaissance des informaticiens et des autres, privé versus professionnel

Typologie et le métier d'informaticien

Une dernière observation nous a semblé intéressante à relever, il s'agit de la répartition des informaticiens par rapport aux différents degré de hiérarchisation des entreprises. La proportion d'informaticiens est beaucoup moins importante dans les entreprises pas ou peu hiérarchisées.

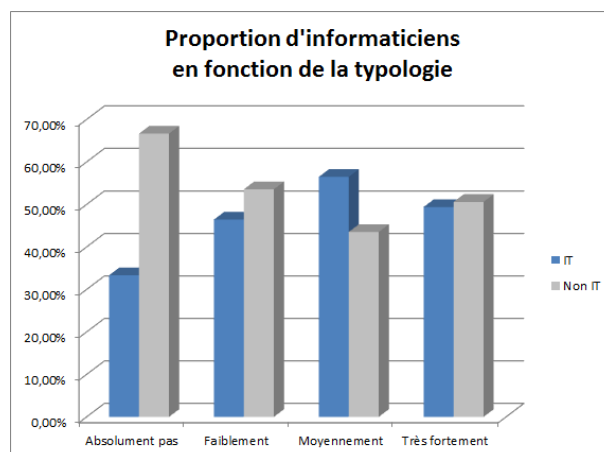


FIGURE 4.19 – Proportion d'informaticiens en regard du degré de hiérarchisation des entreprises

Cette information sera à prendre en compte suite à l'évaluation de la typologie de l'entreprise dans le chapitre 5.

4.4 Conclusion de l'analyse des résultats

Pour conclure ce chapitre, nous reprendrons les trois types de variables dont nous avons fait état dans la théorie et la définition des concepts. Il ressort, de notre enquête, plusieurs chiffres nous permettant d'apporter des éléments de réponse à nos questions de base. Tout d'abord en ce qui concerne les variables socio-émotionnelles, le succès que rencontrent les sites de Réseaux Sociaux sur Internet est largement confirmé par les réponses fournies. En regard de cela, l'utilisation des Groupwares dans les entreprises et les chiffres concernant les activités sur ces plates-formes, confirment ici encore la théorie, tout en révélant des informations intéressantes. Deuxièmement, les variables organisationnelles se voient également confirmées par l'analyse des résultats de notre enquête. Les chiffres nous éclairent sur la nécessité de faire évoluer l'organisation de typologie Entreprise 1.0 vers l'Entreprise 2.0 afin d'activer certains facteurs essentiels au succès de ce type d'implémentation. Enfin, au point de vue technologique, on remarque que certains chiffres intéressants par rapport aux perceptions des utilisateurs, des responsables, ou encore des informaticiens.

4.4.1 Facteurs socio-émotionnels

Notre enquête confirme le franc succès des Réseaux Sociaux sur Internet. Les chiffres parlent d'eux-mêmes, tant au niveau du nombre de comptes qu'au point de vue du ressenti et des activités des protagonistes sur ces comptes. La comparaison des usages en fonction des âges révèle, d'une part, le caractère innovant et immédiat de Twitter qui a du succès, majoritairement chez les collaborateurs issus de la génération des digital natives. D'autre part, la proportion importante de comptes LinkedIn démontre l'importance de ce réseau de plus de 150 millions de membres dans plus de 200 pays². Le sentiment d'appartenance à un groupe et une certaine reconnaissance de la part de ses pairs (cfr 4.3.3) semblent bien induits par les fonctionnalités Web 2.0 que propose LinkedIn. L'impact de ces fonctionnalités sur les facteurs socio-émotionnels tels que la reconnaissance ou l'identification rencontre aussi sur ce point, la théorie. On remarque en passant que le côté relationnel plus développé au sein de la gent féminine se traduit dans les réponses par une proportion plus élevée de propriétaires de comptes Facebook chez ces dames. Au point de vue des activités sur les comptes, on note le gap entre la manière dont les utilisateurs se considèrent (consommateur de contenu) et leurs déclarations quant à leur production de contenu sur les Réseaux Sociaux. Ce point soulève une question : *Quel est le degré de conscience des utilisateurs par rapport à leur attitude sur les Réseaux Sociaux ?* Il est donc intéressant de constater que les facteurs émotionnels en jeu ne sont pas toujours, loin s'en faut, conscients chez les utilisateurs. Dès lors, une activation appropriée de ces facteurs lors de l'implémentation de ce type d'outil peut être un gage de réussite. En effet, si les instigateurs d'un projet d'implémentation d'outils collaboratifs basés sur le Web 2.0 connaissent, de manière approfondie, les fonctionnalités, ainsi que leurs impacts respectifs, il leur sera plus aisé d'atteindre leur objectif. A ce sujet, on voit que les informaticiens représentent un groupe avec lequel un projet collaboratif a de bonnes chances de fonctionner car ils sont proportionnellement plus actifs sur ce type de plates-formes que les autres.

2. Données du 9/02/2012. (LinkedIn : <http://press.linkedin.com/about>)

4.4.2 Facteurs organisationnels

Au niveau des usages professionnels et du contexte organisationnel, on note que, d'une part, les entreprises de type Entreprise 2.0 laissent un accès plus libre aux Réseaux Sociaux que le type Entreprise 1.0. C'est d'ailleurs confirmé par la quantité très faible de justifications invoquées pour ne pas laisser l'accès à ces Réseaux Sociaux depuis les postes de travail des collaborateurs. D'autre part, l'utilisation quantitativement plus élevée des Groupwares dans l'Entreprise 1.0 laisse à penser qu'il s'agit plutôt d'une demande liée à l'organisation du travail plutôt qu'aux utilisateurs. Dans ces entreprises et afin d'encadrer au mieux l'usage de ces outils de collaboration, un certain nombre de règles sont communiquées aux utilisateurs. Ce double constat, peu de Groupwares et manque de règles d'utilisation dans les Entreprises 2.0, soulève tout de même une question : *L'Entreprise 2.0 n'aurait-elle pas de besoins particuliers vis-à-vis de ce type d'outils ou bien, comment les couvre-t-elle ?*

4.4.3 Facteurs technologiques

La comparaison entre informaticiens et les autres professions nous permet de constater que l'engouement des informaticiens pour les Groupwares au sein de l'entreprise en fait un groupe d'utilisateurs susceptibles de s'impliquer davantage et plus facilement dans un projet de déploiement de ce type d'outil. Ces informaticiens peuvent donc être considérés comme des moteurs potentiels de l'innovation. Leur besoin de reconnaissance plus important en fait un groupe intéressant dans la mise en place d'un projet d'implémentation de Groupwares au sein d'une entreprise. Cette attitude les incitera à soutenir davantage l'adoption par les non-informaticiens des fonctionnalités mises à disposition. Au point de vue des responsables, leur attitude, vraisemblablement liée à l'organisation de type Entreprise 1.0, semble être un frein tout de même à l'utilisation des Groupwares. Un glissement vers une attitude équivalente à celles des digital natives permettrait, a priori, de mettre en place les conditions optimales d'implémentation d'outils collaboratifs basés sur le Web 2.0.

4.4.4 Réponses à nos questions

Cette conclusion met en lumière une série de points qui nous éclairent sur les raisons du succès des Réseaux Sociaux, mais aussi sur les raisons pour lesquels ces outils n'ont pas autant de succès en entreprise. En effet, une trop grande résistance au changement de la part des responsables, particulièrement parmi les personnes ne faisant pas partie de la génération des digital natives, semble être un frein à ces pratiques en entreprise. D'autre part, si les outils nécessaires ne sont pas offerts au sein même de l'organisation, le fait que bon nombre d'utilisateurs n'aient pas accès aux Réseaux Sociaux existants ne leur permet pas de trouver des solutions pour pallier à cette absence d'outils. Enfin, nous pouvons poser l'hypothèse que dans des entreprises hiérarchisées et rigides, tous les facteurs cités par Swatmann dans son article [16], ne sont pas réunis, réduisant, dès lors, la probabilité de succès des outils collaboratifs basés sur les fonctionnalités du Web 2.0.

Chapitre 5

Plan d'implémentation

Introduction

L'analyse des résultats de notre enquête nous démontre que, malgré tout, pour beaucoup de responsables évoluant au sein d'entreprises de type Entreprise 1.0, tout ce qui n'est pas *production* n'est pas considéré comme *productif*. Dès lors, afin d'augmenter la probabilité de succès d'un projet d'implémentation d'outils collaboratifs basés sur le Web 2.0, il semble indispensable de commencer par amener le changement dans ces Entreprises 1.0. Dans le cadre d'un tel projet, il convient donc de prendre un certain nombre de points d'attention en compte. Nous vous présentons ces points d'attention regroupés en fonction des trois grands types de variables mis en évidence tout au long de ce mémoire :

Facteurs socio-émotionnels : Soutien de la hiérarchie

Facteurs organisationnels : Typologie de l'entreprise et contraintes

Facteurs technologiques : Besoins auxquels répond le projet

Ensuite, vous retrouverez un tableau vous présentant de manière synthétique, les points d'attention à prendre en compte en fonction de la typologie de l'organisation que vous aurez identifié.

Enfin, avant de conclure, nous proposons un ensemble de métriques à mettre en place. Dans un environnement organisationnel de type Entreprise 1.0, ces métriques sont nécessaires et utiles. Nécessaires afin de rassurer le management et utile car l'analyse de ces métriques permettent, le cas échéant, d'adapter l'offre des fonctionnalités mises à disposition afin d'accroître l'efficacité du système. Dans une Entreprise 2.0, il s'agit uniquement de l'aspect analytique des fonctionnalités, dans un but d'amélioration continue du service qui est intéressante.

5.1 Facteurs socio-émotionnels

Soutien de la hiérarchie

En ce qui concerne la dimension relationnelle, quelle que soit la typologie de l'entreprise dans laquelle vous vous trouvez, il est indispensable d'avoir le soutien de la hiérarchie par rapport à votre projet. Dans une Entreprise 2.0, le management met, de manière naturelle, les outils et les ressources à disposition pour mener à bien le projet. Le management agit en tant que facilitateur et apporte le soutien dont un tel projet a besoin. Il est le premier utilisateur des fonctionnalités mises en place et a un rôle d'exemple vis-à-vis des collaborateurs.

Si l'implémentation est mise en œuvre dans une entreprise de type Entreprise 1.0, un glissement vers une plus grande autonomie des utilisateurs, passant par

la responsabilisation et la confiance devra impérativement s'opérer. Dans ce type d'entreprise, l'idéal est de recevoir l'appui du top management car ce genre de projet vient généralement bouleverser les principes d'une telle organisation. Afin d'obtenir ce soutien, nous devons convaincre en apportant un ensemble de métriques, qu'il est nécessaire de mettre en place, afin de pouvoir présenter du reporting à ces responsables et ainsi, prouver le bien-fondé de notre vision. Cette contrainte supplémentaire est loin d'être négligeable car dans ce type d'organisation, la hiérarchie n'agit pas en facilitateur, mais plutôt en contrôleur. Dès lors, il est nécessaire de prévoir, à la base, les outils qui nous permettent de fournir une réponse à ce besoin de vérification et de contrôle. Car comme le montrent les résultats de notre enquête, un responsable n'étant pas un natif numérique a encore du mal à accepter ces outils dans ses équipes.

Les hauts responsables sont les premiers garants de la réussite d'un tel projet car si ceux-ci n'affichent pas une volonté claire, nette et précise, les interlocuteurs auxquels nous devons faire face dans le projet ne nous suivront pas. Or, il s'agit d'un projet collectif qui, par essence, fait appel aux capacités de collaboration et de communication de chacun. Aussi, sans cette volonté affichée et communiquée en toute transparence par la direction, la probabilité d'abandon ou de mauvais fonctionnement à long terme augmente de manière importante. L'équipe des informaticiens est également un allié intéressant, car moteur de l'innovation, comme nous l'avons vu plus haut (cfr 4.4).

5.2 Facteurs organisationnels

Typologie de l'entreprise

Au point de vue de la dimension structurelle ou organisationnelle, il est nécessaire de définir la typologie de l'entreprise au sein de laquelle on souhaite mener à bien ce type de projet. En effet, les résultats de notre enquête démontrent que les facteurs socio-émotionnels dans le cas d'une Entreprise 2.0 ne sont pas les mêmes que dans un environnement très hiérarchisé et rigide. Pour définir la typologie d'une entreprise, on peut utiliser ce type de tableau :

	Très fortement	Fortement	Moyennement	Faiblement	Absolument pas
Mon entreprise est plutôt :					
Hiérarchisée					
Bureaucratique					
Rigide					
Internationale					
Centralisée					
Centrée sur la technologie plus que sur l'humain					
Complexe					

Si la majorité des choix se situent dans la zone grise claire, nous sommes en présence d'un environnement organisationnel de type Entreprise 1.0, si les choix se situent dans la zone grise foncée, il s'agit plutôt d'une Entreprise 2.0. Les facteurs qui nous permettent d'amener un glissement de l'Entreprise 1.0 vers l'Entreprise 2.0 sont l'ouverture, la confiance et la responsabilisation. Il

faut mettre les utilisateurs au centre de ce processus d'implémentation, lui faire confiance et surtout le limiter le moins possible.

User-centric : Pourquoi ne pas lancer une annonce préalable sur l'intranet de l'entreprise, proposant aux personnes intéressées de se manifester ? Ceci aurait le double effet d'impliquer les utilisateurs estimant avoir une certaine expertise dans le processus et réduirait les autres au silence quant à la critique. En effet, pour un utilisateur ayant pris, en connaissance de cause, la décision de ne pas participer à un projet, il est difficilement justifiable, ensuite, de le critiquer.

Responsabilisation : Cette méthode permet également de mettre en valeur une certaine aptitude, voire une expertise, sans doute jusque-là inexploitées auprès des collaborateurs. Leur donner une responsabilité dans le projet, en rapport avec ce potentiel, augmentera leur motivation par la reconnaissance qui leur sera accordée.

Laisser-faire : L'art du laisser-faire permettra aux protagonistes du projet de se sentir en confiance et de donner, par là-même, le meilleur d'eux-même.

Dans une organisation de type Entreprise 1.0, ces attitudes ne sont pas toujours très naturelles. L'utilisation d'une telle méthode amènera sans doute un certain changement. Mais ce dernier ne se produira pas sans une prise de conscience et une participation active du management.

Prise en considération des contraintes

Ces contraintes apparaissent pour partie dans l'analyse des besoins (voir point 5.3. Il s'agit de tout ce qui concerne les aspects légaux et organisationnels du projet. Ces contraintes particulières sont à prendre en compte dans l'analyse des besoins. Un problème d'ordre juridique, par exemple, peut parfois empêcher l'utilisation de certaines fonctionnalités.

Cependant, il faudra également prendre en compte les contraintes techniques et financières. En effet, un projet comme celui-là peut, en fonction de son ambition (nombre et types de fonctionnalités) et de la taille de l'entreprise (nombre d'utilisateurs) générer d'importantes contraintes. Elles sont techniques en ce qui concerne l'installation et la maintenance de l'outil de base. Raison pour laquelle, il sera important de bien déterminer dans le document de Gouvernance quels sont les rôles et les responsabilités de chacun. Ce document doit impérativement recevoir l'aval de chacune des parties et le soutien de la hiérarchie (cfr 5.1). Il s'agit d'une négociation, d'une série d'accords bien définis qui serviront le jour où, le cas échéant, un problème se présente.

Les adaptations à l'organisation interne qu'engendre ce type d'implémentation peut engager un certain nombre de frais. Ces frais se répartissent entre les serveurs, les licences, le nombre de jours/hommes, la sécurité ou encore la maintenance. Ces frais sont dès lors à prendre en compte, à budgétiser et il est indispensable d'obtenir les budgets et engagements nécessaires préalablement au démarrage du projet.

Etant convaincu de l'utilité de ces outils, à la base considérés comme non productifs, il faudra se donner les moyens de réaliser une telle implémentation et pas seulement compter sur la bonne volonté des collaborateurs. Le retour sur investissement est difficile à chiffrer, mais certaines études[12] montrent que l'efficacité et le rendement sont estimés pouvoir être augmentés de pratiquement 20% grâce à l'utilisation de tels outils.

5.3 Facteurs technologiques

Besoins auxquels répond le projet

Les moyens technologiques mis en place dans ce type de projet seront amenés à répondre, le plus efficacement possible, aux besoins identifiés. Or, nous l'avons vu, une série de facteurs socio-émotionnels agissent sur la motivation. Pour que cette motivation soit activée et perdure dans le temps, il est indispensable que ce projet réponde à un besoin particulier et que son implémentation apporte une plus-value aux collaborateurs. Comme dans tout projet, une analyse des besoins est indispensable en guise de pré-analyse. En effet, dans beaucoup de cas, nous avons remarqué que certains souhaitent mettre en place ce type d'outils, mais ne mesurent pas exactement, ni le pourquoi, ni le comment de la chose. La mise en place d'un système interactif n'a que peu de chance de succès s'il ne répond pas à un besoin business bien identifié.

Par exemple, un système de visio-conférence pour des réunions virtuelles n'aura son utilité que si les collaborateurs se trouvent dans des lieux trop éloignés que pour envisager des déplacements intempestifs. De plus, il est nécessaire que les utilisateurs aient besoin de se réunir régulièrement.

Pour évaluer ces besoins et les traduire en fonctionnalités (voir point 5.5), la connaissance approfondie du tableau présenté ci-dessous peut s'avérer très utile :

Plateforme	Fonctionnalité	Facteur(s) socio-émotionnel(s)
wiki	publier du nouveau contenu	identification
	éditer du contenu commun	connaissance mutuelle
blog/vlog	publier du contenu	identification
	commenter le contenu	réciprocité
	envoyer vers autrui via mail	connaissance mutuelle
social bookmarking	publier du contenu	identification
	catégoriser le contenu (folksonomie)	connaissance mutuelle
mashup	commenter le contenu	réciprocité
réseau social	afficher son statut	confiance
	mettre à jour son statut	confiance
	système de notification	confiance + identification
	partager des photos	réciprocité
	marquer autrui sur une photo	réciprocité
	commenter les photos d'autrui	réciprocité
	commenter le statut d'autrui	réciprocité
	envoyer un "poke"	réciprocité
	publier son profil personnel	identification
	lister ses amis	identification
	afficher un message sur sa page d'accueil	connaissance mutuelle
	le réseau social dans son entièreté	liens sociaux
microblogging	afficher son statut	confiance
	mettre à jour son statut	confiance
	système de notification	confiance + identification
	commenter le statut d'autrui	réciprocité
forum	publier un topic	identification
	répondre à un topic par un post	confiance + réciprocity
	système de notification	confiance + identification

FIGURE 5.1 – Fonctionnalités du Web 2.0 et processus socio-émotionnels.

Il s'agit, d'une part, de faire correspondre les bonnes fonctionnalités aux besoins évoqués, mais aussi, d'autre part, d'ouvrir l'entreprise à ce nouveau type de moyen de collaboration par le choix des bonnes technologies à mettre en œuvre. Les points d'attention, à ce niveau, sont de maintenir la confiance et de ne pas en limiter l'accès. Les seules limites seront stipulées dans un document de gouvernance détaillant clairement les règles applicables en la matière.

5.4 Tableau récapitulatif

Dans ce tableau, vous retrouvez un résumé des divers points d'attention mis en évidence dans la première partie de ce chapitre.

	Entreprise 1.0	Entreprise 2.0
Facteurs socio-émotionnels		
Accords	Accords formels signés	Accords informels oraux
Sponsors	Top-Management	Management = facilitateur
Objectifs	Projet repris dans les accords annuels des participants	Projet proposé par les collaborateurs
Besoin spécifique	Métriques	Besoin de contrôle moindre
Facteurs organisationnels		
Contraintes techniques	Serveurs : installation et maintenance	
Contraintes organisationnelles	Adaptation des comportements et attitudes	Non applicable
Contraintes budgétaires	Budgétisation et accords préalables	
User-centric	Annonce Intranet	Déjà user-centric
Responsabilisation	Définir ensemble les objectifs et laisser le choix de la méthode de travail	
Laisser-faire	Liberté d'action et de planning	
Facteurs technologiques		
Collaboration (organisation pratique)	Mise en place d'un site collaboratif de projet conseillée. Ce site permet une gestion centralisée et interactive des informations, idées et documents du projet.	
Communication (échanges de points de vue)	Organisation de réunion régulière, dont l'ordre du jour est disponible préalablement sur un site collaboratif et avec mise à disposition des rapports de réunions sur ce site collaboratif.	
Coopération (organisation temporelle)	Création d'un rétro-planning, suivi des tâches et des points d'agenda via un site collaboratif.	
R.O.I.	Confiance, métriques, reporting sont les clés du succès	Management déjà convaincu
Limitations	Imposer le moins de limitations possible aux utilisateurs	Peu de limitations à la base
Gouvernance	Signée par tous pour accord	Fortement conseillée

Dans ce tableau, nous distinguons les points d'attention selon la typologie de l'entreprise dans laquelle nous déployons le projet. Certains points d'attention sont spécifiques à une typologie et bien différents de l'autre, d'autres sont communs aux deux typologies. En effet, il est vraisemblable qu'en fonction de l'organisation dans laquelle nous démarrons un projet d'implémentation d'outils collaboratifs basés sur le Web 2.0, certains aspects seront identiques, quelle qu'en soit la typologie.

D'autre part, nous regroupons ces points d'attention en fonction des facteurs touchant aux relations (facteurs socio-émotionnels), de ceux liés à l'organisation du travail (facteurs organisationnels) et des facteurs en rapport avec la technologie (facteurs technologiques), afin de reprendre la logique de présentation utilisée tout au long de ce chapitre.

5.5 Exemple de quelques métriques

Enfin, et avant de clore ce chapitre, dans le cadre d'un projet d'implémentation d'outils collaboratifs basés sur le Web 2.0 dans une entreprise de type Entreprise 1.0, nous savons que le management attend pouvoir disposer d'outils de contrôle et mesure. Nous proposons ci-dessous, un ensemble de métriques qu'il est souhaitable de mettre en place au cours de l'élaboration du projet. Ces mesures sont regroupées selon les trois axes de la classification proposée par Koch (Communication, Coordination, Coopération) et reprise à la figure 5.1.

Au point de vue de la **Communication**, c'est à dire, tous les facteurs permettant aux protagonistes d'échanger leurs points de vue, il est intéressant de mesurer l'activité que les uns et les autres ont sur ce type de plate-forme. L'analyse des votes d'appréciation (en anglais : *rating*) des informations publiées, ou des commentaires à telle ou telle publication, nous indique le degré d'intérêt dont les utilisateurs font preuve. En comptabilisant le nombre de fois que les utilisateurs ont déclaré *apprécier* (*Like*) une information publiée par un collaborateur, il sera possible de tirer des tendances statistiques et de démontrer l'intérêt des utilisateurs par rapport au système. Au niveau de la **Coordination**, c'est à dire concernant les facteurs qui influencent l'organisation pratique du travail entre les protagonistes, certaines mesures peuvent également être intéressantes. Une première analyse technique pourrait concerner le taux de bande passante utilisé, ceci donne une idée de l'*activité* autour de l'information présente sur la plate-forme. Les statistiques de *consultation* des données est aussi très relevante quant à la mesure de l'engouement des collaborateurs vis-à-vis de cet outils. Cet engouement va-t-il croissant ou pas ? S'il décroît, comment adapter la plate-forme afin de relancer la motivation ?... Enfin, si l'on veut être encore un peu plus pointu dans ces métriques, on peut aussi vérifier la fréquence de mise à jour de l'information, ce qui nous donne une indication sur le cycle de vie de celle-ci. Pour terminer, nous proposons quelques analyses concernant la **Coopération**, c'est à dire l'organisation du travail entre les protagonistes d'un point de vue temporel. Le nombre de collaborateurs actifs (*producteurs* de contenu) sur la plate-forme et le nombre de ceux étant passifs (*consommateurs*), sont facilement mesurables. Au point de vue de l'information-même, le nombre de documents publiés ou consultés dans le temps, permet d'obtenir des indications sur le succès de la plate-forme. Enfin, une analyse plus fine des votes (si cette fonctionnalité est disponible) sur l'information publiée permet aussi de voir le degré de réactivité des collaborateurs. Toutes ces suggestions se retrouvent résumées dans le tableau suivant :

Axe	Métrique
Communication	Analyse du <i>rating</i> des publications.
	Analyse des commentaires postés sur les publications des utilisateurs.
	Analyse du nombre de <i>Like</i> .
Coordination	Analyse de l'utilisation en bande passante du trafic réseau.
	Analyse des taux de consultations de l'information publiée.
	Analyse de la fréquence de mise à jour de l'information.
Coopération	Pourcentage de collaborateurs participants.
	Analyse des statistiques de fréquentation des sites collaboratifs.
	Analyse du nombre de documents publiés.
	Analyse du nombre de documents consultés.
	Analyse du nombre de <i>rating</i> sur les documents publiés.

Nous le voyons encore ici, les facteurs susceptibles d'influencer la probabilité de réussite d'un projet d'implémentation d'outils de collaboration sont fortement liés à l'environnement dans lequel cette implémentation se déroule. Dans une Entreprise 1.0, les métriques sont indispensables afin de couvrir le besoin de contrôle du management. Ces chiffres peuvent également être utilisés afin de prouver le bien fondé de notre démarche, en apportant la preuve formelle de l'utilisation du système mis en place. La publication régulière de rapports concernant ces mesures, le cas échéant, dans l'outil collaboratif-même, permettra, en toute transparence, à chacun de se convaincre de l'utilité et de l'efficacité d'un tel système. Mais ces métriques ont aussi d'autres buts...

Dans une entreprise de typologie 1.0, comme dans l'Entreprise 2.0, ces métriques permettent, en fonction des résultats qu'ils apportent, d'adapter les différentes fonctionnalités à disposition. Si telle ou telle fonctionnalité n'est pas très utilisée, il est intéressant de s'y arrêter et de réfléchir sur les facteurs socio-émotionnels activés chez les utilisateurs par cette fonctionnalité. Il est intéressant de se poser la question : *Pour quelle(s) raison(s) cette fonctionnalité n'est pas utilisée ?* Il s'agit là, de repartir de la théorie et de déterminer si, en fonction des objectifs stratégiques poursuivis et des besoins exprimés, une autre fonctionnalité ne serait pas plus efficace.

Conclusion

En conclusion, la figure 5.1 présente un ensemble de facteurs sur lesquels divers outils sont susceptibles d'agir. Il est important, dans un projet d'implémentation d'outils collaboratifs basés sur le Web 2.0 de bien réfléchir aux mécanismes à activer. Une erreur serait de penser que la volonté de mettre ces outils en place suffit. En fonction des divers objectifs poursuivis dans l'implémentation d'un tel projet, il s'agit d'utiliser les bons outils afin de rencontrer les besoins exprimés.

Pour cela, un ensemble de fonctionnalités sont à disposition des acteurs de cette mise en place. Trouver la meilleure correspondance qui soit entre but à atteindre et moyen pour y parvenir est le défi de ces derniers. Une bonne pratique est de partir de la liste des besoins, d'identifier pour chacun, quels sont les facteurs socio-émotionnels qui doivent être activés. Puis, à partir de cette

liste, déterminer les fonctionnalités correspondantes et définir la meilleure plateforme à déployer. On peut aussi pour ce faire, se référer à cette catégorisation de Koch présentée au point 2.3.1 du chapitre 2 et reprise à la figure 5.2.

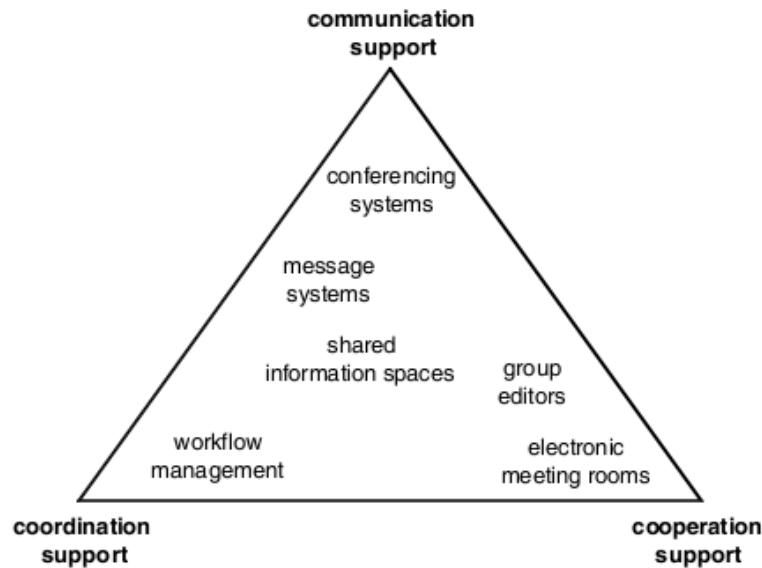


FIGURE 5.2 – Catégorisation des Groupwares selon trois modes d'interaction : la communication, la coordination et la coopération (Sauter et al., 1994)

Un esprit de cohérence doit également animer les responsables d'un tel projet car la multiplication des outils collaboratifs peut nuire de manière importante à l'organisation du travail. En effet, lorsque les utilisateurs disposent de trop de moyens de collaborer sans avoir de règles claires quant à leurs utilisations respectives, soit ils ne les utilisent pas du tout, soit ils en détournent l'usage qui devrait en être fait. La plupart du temps, ce détournement est involontaire et principalement dû à une méconnaissance du système. Lorsqu'on aborde une nouveauté sans recevoir d'explications pour la comprendre, on revient rapidement à des processus connus, mais qui ne correspondent pas nécessairement à l'usage prévu du nouvel outil. D'où l'importance de se donner les moyens d'accompagnement et de formation dont doivent disposer les utilisateurs. Ce dernier point reste un facteur critique de réussite de ce type de projet.

Chapitre 6

Conclusion

L'implémentation d'outils de collaboration basés sur le Web 2.0 en entreprise soulève actuellement de nombreuses questions par rapport aux rôles qu'endossent les personnes en-dehors et dans l'entreprise :

1. Pourquoi les sites de Réseaux Sociaux comme Facebook, Twitter ou Wikipédia fonctionnent-ils si bien sur Internet et pas au sein même des entreprises ?
2. Quels sont les facteurs, liés à la vie des entreprises, qui conditionnent ou influencent l'adoption et l'usage de ce type de plate-forme ?
3. Partant de la connaissance de ces facteurs, comment favoriser la mise en œuvre de ce type de plate-forme au sein des entreprises ?

Il semble évident que la technologie soit à maturité, à en voir le succès sur Internet, mais quels sont les écueils rencontrés en entreprise ? Au point de vue du Capital Social, nous pouvons dire que son influence est excessivement importante sur la motivation des participants à un groupe de travail. Nous pouvons donc conclure que la manipulation des facteurs influençant ces relations socio-émotionnelles s'avère d'une grande efficacité, tant sur la performance que sur la motivation des utilisateurs. Nos résultats nous apportent un éclairage sur l'importance qu'ont ces facteurs sur la motivation des utilisateurs. Il est nécessaire, dès lors, de les prendre en compte lors de la mise en place d'un système collaboratif offrant des fonctionnalités interactives (Web 2.0) aux utilisateurs. En effet, c'est en écoutant, en renforçant et en reconnaissant les qualités des collaborateurs que l'entreprise pourra préserver cette motivation et donc améliorer ses performances.

Les grandes entreprises ont à cœur de voir se développer de tels outils en leur sein. Cependant, la structure même et l'organisation des Entreprises 1.0 est, selon la théorie, définitivement antinomique par rapport à ce souhait. Les résultats de notre enquête confortent ce point. Lorsque l'on constate que seuls les managers de moins de 35 ans sont prêts à offrir de tels outils aux membres de leurs équipes, cela en dit long sur l'évolution nécessaire préalablement à la généralisation de l'utilisation de ce type d'outils. De même, les raisons invoquées afin d'interdire l'accès aux Réseaux Sociaux depuis les postes de travail semblent aujourd'hui tellement désuètes alors qu'il est démontré que ces outils de collaboration augmentent l'efficacité et la performance du travail. Cela nous fait dire que la volonté de moderniser les outils de communication dans les entreprises n'ira pas sans une profonde réflexion sur sa typologie et la place de l'utilisateur au sein de son organisation,...

Evolution vers l'Entreprise 2.0 ? Le chapitre 1 propose des pistes ainsi qu'une base à cette réflexion. Si l'aspect technique revêt une importance particulière

dans le cadre de notre formation, les dimensions sociales et relationnelles dans l'organisation des entreprises représentent un des pans majeurs de ce mémoire. De plus, on remarque, dans notre enquête que nombre de responsables ne savent pas quels sont ces dimensions ni quels en sont les mécanismes. Cette ignorance les pousse à vouloir lancer ce type d'outils, mais sans savoir exactement comment, ni même pourquoi !

L'aide de spécialistes en la matière devrait être d'usage dans bien des cas. Ces derniers sont capables d'analyser la situation afin d'évaluer la probabilité de réussite de ce type de projet sur base de critères mesurables. La typologie de l'entreprise, le degré de hiérarchisation, l'esprit d'ouverture des responsables, mais aussi, la présence d'une équipe d'informaticiens, à même de jouer un rôle de promoteurs de l'innovation, sont autant de facteurs mesurables qui permettent cette évaluation. L'établissement d'une stratégie par rapport à l'utilisation de ces nouveaux outils est aussi indispensable. Ces spécialistes mettent en place un roadmap et conseillent les managers quant aux changements à mettre en œuvre. Avec les responsables, ils évaluent la nécessité de mettre en place des règles claires afin que chacun sache quelles sont les possibilités offertes par ces Groupwares. Ces règles doivent faire partie d'un document de Gouvernance produit conjointement avec les équipes techniques, mais aussi la communication et la gestion des ressources humaines (pour les aspects légaux). Toutes ces connaissances tant techniques que théoriques permettent d'accroître la probabilité de succès du projet en question.

C'est un fait, l'état des connaissances au sujet du Capital Social, renforcé par les résultats publiés dans ce mémoire, doit être maintenant exploité et appliqué, grâce aux technologies du Web 2.0, afin de proposer aux utilisateurs en entreprise une réponse à leurs besoins et, si possible, avant même que ces besoins ne se fassent ressentir... S'il n'est pas déjà trop tard !

Ce mémoire propose une approche s'appuyant sur les principes du Web 2.0 et de ses fonctionnalités interactives. Aujourd'hui, on parle de plus en plus du Web 3.0, appelé aussi le Web Sémantique. Il s'agit d'un système basé sur les métadonnées (données sur les données) permettant d'utiliser le langage naturel pour interroger Internet que retournerait les informations pertinentes en rapport avec les mots utilisés dans la question, mais aussi une série d'informations connexes en rapport avec la question posée. Il sera certainement passionnant de voir comment les entreprises s'adapteront à ce concept et ce qu'elles en feront d'un point de vue organisationnel. Que deviendra la collaboration dans ce contexte ? Quels facteurs socio-émotionnels entreront en jeu ? Y en aura-t-il de nouveaux, créés par le phénomène ? Quels seront les mécanismes à connaître et à appliquer pour permettre à l'organisation de tirer profit de ce type de fonctionnement ? Autant de questions qui pourront, dans un proche avenir, faire l'objet de mémoires à venir.

Bibliographie

- [1] Alain Bensoussan. Droit de l'informatique. <http://www.alain-bensoussan.com/>, 2011. [En ligne; accédé le 24 novembre 2011].
- [2] Claire Bidart, Alain Degenne, and Michel Grossetti. *La vie en réseau*. Le lien social. Presses Universitaires de France, November 2011.
- [3] J. Bouteiller, C. Germouty, and K. Papillaud. *Bienvenue sur Facebook! : Le mode d'emploi*. Albin Michel, 2008.
- [4] V. Bush. As we may think. *Reading digital culture*, page 9, 2001.
- [5] I.Y.L. Chen. Social Capital, IT Capability, and the Success of Knowledge Management Systems. *Knowledge Management & E-Learning : An International Journal (KM&EL)*, 1(1) :36, 2009.
- [6] Agence de presse Belga. Big brother a le champ libre sur internet. <http://bit.ly/essentielle-be-big-brother/>, 2012. [En ligne; accédé le 30 mars 2012].
- [7] Dominique FILIPPONE du Journal du Net. Comparatif des solutions de réseau social d'entreprise. <http://bit.ly/jdn-com-solutions-rse/>, 2012. [En ligne; accédé le 29 mars 2012].
- [8] D. Gillet, S. El Helou, C.M. Yu, and C. Salzmann. Turning Web 2.0 Social Software into Versatile Collaborative Learning Solutions. In *The First International Conference on Advances in Computer-Human Interaction-ACHI*, 2008.
- [9] Actualités juridiques Uplex.fr. Utilisation des réseaux sociaux en entreprise. <http://bit.ly/uplex-fr-rse/>, 2012. [En ligne; accédé le 16 mai 2011].
- [10] G. Képékian and J.L. Lequeux. *Déployer un projet Web 2.0 : Anticiper le Web sémantique (Web 3.0)*. Collection Gestion de projets. Eyrolles, 2008.
- [11] M. Koch. CSCW and Enterprise 2.0—towards an integrated perspective. *21th Bled eConference, eCollaboration : Overcoming Boundaries Through Multi-Channel Interaction*, 2008.
- [12] Source AFP Le Point.fr. Les réseaux sociaux, meilleurs alliés des entreprises? <http://bit.ly/lepoint-fr-rs-allies-des-entreprises>, 2012. [En ligne; accédé le 11 mai 2012].
- [13] T. O'reilly. What is web 2.0. *Design patterns and business models for the next generation of software*, 30 :2005, 2005.
- [14] L.S.R. sarte. *Les réseaux sociaux sur Internet*. Alphée, 2010.
- [15] C. Sauter, T. Mühlherr, and S. Teufel. Sozio-kulturelle Auswirkungen von Groupware-Ein Ansatz zur Adaption und Operationalisierung eines sozialpsychologischen Modells für die Gestaltung und den Einsatz von Groupware. In *Proceedings des*, volume 4, pages 517–526, 1994.

- [16] E. Shumarova and P.A. Swatman. Informal ecollaboration channels : Shedding light on “shadow CIT”. *21st Bled eConference eCollaboration : Overcoming Boundaries Through Multi-Channel Interaction*, pages 15–18, 2008.
- [17] W.K. Tan, T.T.D. Nguyen, K.K.O. Tha, and X. Yu. Designing Groupware that Fosters Social Capital Creation : Can Facebook Support Global Virtual Team ? *AMCIS 2009 Proceedings*, page 525, 2009.

Annexe A

Questionnaire blanc

QUESTIONNAIRE

À LA MAISON, DANS LA VIE PRIVÉE...

1. Utilisez-vous un système de chat/téléphonie en ligne (MSN, Skype,...)? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

2. Quand êtes-vous connecté? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '1. Utilisez-vous un système de chat/téléphonie en ligne (MSN, Skype,...)?'

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)
- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

3. Pourquoi ne pas utiliser un système de chat/téléphonie en ligne (MSN, Skype,...)? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '1. Utilisez-vous un système de chat/téléphonie en ligne (MSN, Skype,...)?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Je ne veux pas utiliser ce type de programme
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Autre:

4. Possédez-vous un compte Facebook? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

5. À quelle fréquence l'utilisez-vous? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '4. Possédez-vous un compte Facebook? '

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)
- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

6. Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de compte sur Facebook? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
° La réponse était 'Non' à la question '4. Possédez-vous un compte Facebook? '

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne veux pas utiliser ce type de système
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Autre:

7. Possédez-vous un compte LinkedIn? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

8. À quelle fréquence l'utilisez-vous? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
° La réponse était 'Oui' à la question '7. Possédez-vous un compte LinkedIn? '

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)
- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

9. Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de compte sur LinkedIn? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
° La réponse était 'Non' à la question '7. Possédez-vous un compte LinkedIn? '

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne veux pas utiliser ce type de système
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Autre:

10. Possédez-vous un compte Twitter? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

11. À quelle fréquence l'utilisez-vous? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
° La réponse était 'Oui' à la question '10. Possédez-vous un compte Twitter? '

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)
- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

12. Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de compte Twitter? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
° La réponse était 'Non' à la question '10. Possédez-vous un compte Twitter? '

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas de SmartPhone
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Je ne veux pas utiliser ce type de système
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je trouve que c'est une atteinte à la vie privée
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Autre:

13. Avez-vous déjà participé à une publication sur un site de partage de connaissances comme Wikipédia? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

14. À quelle fréquence? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :
° La réponse était 'Oui' à la question '13. Avez-vous déjà participé à une publication sur un site de partage de connaissances comme Wikipédia?'

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Je n'ai publié qu'une seule fois
- ☐ Je n'ai participé que quelques fois
- ☐ Je publie de manière régulière
- ☐ Autre:

15. Pour quelle(s) raison(s)? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '13. Avez-vous déjà participé à une publication sur un site de partage de connaissances comme Wikipédia?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Je ne connais pas Wikipédia
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Parce que je ne veux pas partager mes connaissances en ligne
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ J'aimerais mais je n'ai rien à partager comme connaissance
- ☐ Autre:

16. Êtes-vous un propriétaire de blog(s)? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui, d'un seul blog
- ☐ Oui, de plusieurs blogs
- ☐ Non

17. À quelle fréquence le(s) mettez-vous à jour? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui, d'un seul blog' ou 'Oui, de plusieurs blogs' à la question '16. Êtes-vous un propriétaire de blog(s)?' et La réponse était 'Oui, d'un seul blog' ou 'Oui, de plusieurs blogs' à la question '16. Êtes-vous un propriétaire de blog(s)?'

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un blog que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

18. Pourquoi n'avez-vous pas de blog?

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '16. Êtes-vous un propriétaire de blog(s)?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ J'aimerais mais je n'ai rien à communiquer sur un blog
- ☐ Autre:

19. Utilisez-vous un système de stockage de vos photos en ligne (comme Flickr, Picasa,...)? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

20. A quelle fréquence mettez-vous des photos en ligne? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '19. Utilisez-vous un système de stockage de vos photos en ligne (comme Flickr, Picasa,...)? '

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)
- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

21. Pourquoi ne mettez-vous pas vos photos en ligne? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '19. Utilisez-vous un système de stockage de vos photos en ligne (comme Flickr, Picasa,...)? '

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Je ne veux pas utiliser ce type de service
- ☐ Je ne veux pas publier mes photos en ligne
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Autre:

22. Avez-vous déjà posté une vidéo sur YouTube? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

23. À quelle fréquence postez-vous des vidéos en ligne? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '22. Avez-vous déjà posté une vidéo sur YouTube? '

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ Je ne l'ai fait qu'une seule fois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

24. Pour quelle(s) raison(s)? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '22. Avez-vous déjà posté une vidéo sur YouTube? '

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je ne veux pas mettre mes vidéos sur internet
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Je n'ai pas de vidéo à publier
- ☐ Autre:

25. Partagez-vous vos liens sur internet (del.icou.us, netvibes,...). Ce que l'on appelle le "social bookmarking"? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
- ☐ Non

26. A quelle fréquence utilisez-vous ce type de système de partage de liens? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '25. Partagez-vous vos liens sur internet (del.icou.us, netvibes,...). Ce que l'on appelle le "social bookmarking"?'

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)
- ☐ Chaque jour
- ☐ Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours
- ☐ Une fois par semaine
- ☐ Quelques fois par mois
- ☐ J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais
- ☐ Autre:

27. Pourquoi ne partagez-vous pas vos liens préférés en ligne? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '25. Partagez-vous vos liens sur internet (del.icou.us, netvibes,...). Ce que l'on appelle le "social bookmarking"?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas d'ordinateur
- ☐ Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche
- ☐ Parce que je ne veux pas partager mes connaissances en ligne
- ☐ Je trouve cela trop consommateur de temps
- ☐ Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet
- ☐ Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)
- ☐ Je n'y ai jamais pensé
- ☐ Je n'en vois pas l'utilité
- ☐ Autre:

INTERNET, LES RÉSEAUX SOCIAUX ET VOUS...

28. Quelle attitude avez-vous sur Internet, en général? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Autant 'Producteur' que 'Consommateur' d'information
- ☐ Surtout 'Producteur' d'information
- ☐ Principalement 'Consommateur' de ce que les autres publient
- ☐ Je ne sais pas

29. Qu'avez-vous comme activité(s) sur les réseaux sociaux? *

Répondre aux questions **29 à 35** seulement si les conditions suivantes sont réunies :

Scenario 1: La réponse était 'Oui' à la question '4. Possédez-vous un compte Facebook? '

ou Scenario 2: La réponse était 'Oui' à la question '10. Possédez-vous un compte Twitter? '

ou Scenario 3: La réponse était 'Oui' à la question '13. Avez-vous déjà participé à une publication sur un site de partage de connaissances comme Wikipédia?'

ou Scenario 4: La réponse était 'Oui, d'un seul blog' ou 'Oui, de plusieurs blogs' à la question '16. Êtes-vous un propriétaire de blog(s)?' et La réponse était 'Oui, d'un seul blog' ou 'Oui, de plusieurs blogs' à la question '16. Êtes-vous un propriétaire de blog(s)?'

ou Scenario 5: La réponse était 'Oui' à la question '19. Utilisez-vous un système de stockage de vos photos en ligne (comme Flickr, Picasa,...)? '

ou Scenario 6: La réponse était 'Oui' à la question '22. Avez-vous déjà posté une vidéo sur YouTube? '

ou Scenario 7: La réponse était 'Oui' à la question '25. Partagez-vous vos liens sur internet (del.icio.us, netvibes,...). Ce que l'on appelle le "social bookmarking"?''

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je modifie mon statut
- ☐ Je n'ai aucune activité
- ☐ Je publie des informations car je pense qu'elles intéressent les autres
- ☐ Je donne mon avis par rapport aux informations publiées par d'autres
- ☐ Je réponds aux publications que d'autres font sur Internet
- ☐ Je participe à des discussions avec des gens que je ne connais pas
- ☐ Je lis les informations, mais je ne publie rien
- ☐ Autre:

30. Quelles sont les raisons qui vous poussent à utiliser ces réseaux sociaux? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ A cause de la pression sociale
- ☐ Phénomène de mode
- ☐ Augmenter le nombre de mes relations
- ☐ Mieux connaître les gens de mon réseau
- ☐ Être informé des activités des autres
- ☐ Montrer aux autres ce dont je suis capable
- ☐ Informer mes amis de mes activités
- ☐ Autre:

31. Quels sentiments ressentez-vous lorsque les autres publient des informations sur les réseaux sociaux? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je suis content qu'ils m'informent de leurs activités
- ☐ Je trouve qu'ils manquent généralement de retenue
- ☐ J'ai le sentiment de mieux les connaître
- ☐ Je me reconnais dans leurs activités comme appartenant à ce groupe de personnes
- ☐ J'apprends ainsi à connaître davantage leurs capacités
- ☐ J'aimerais pouvoir en faire autant
- ☐ Autre:

32. Quels buts poursuivez-vous en publiant sur les réseaux sociaux? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Avertir mes amis de mes activités
- ☐ Je ne publie jamais sur ces réseaux sociaux
- ☐ Montrer ce dont je suis capable
- ☐ Participer à la vie de ma communauté en apportant mon avis
- ☐ Apporter mon aide aux autres
- ☐ Aider des personnes que je ne connais pas sur les forums
- ☐ Donner mon avis par rapport à certains contenus
- ☐ Valider/critiquer/corriger du contenu publié par d'autres
- ☐ Autre:

33. Postez-vous régulièrement des commentaires par rapport aux publications des autres? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui, régulièrement
- ☐ Oui, mais occasionnellement
- ☐ Oui, rarement
- ☐ Non, jamais

34. Pourquoi ne commentez-vous jamais les publications des autres? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non, jamais' à la question '33. Postez-vous régulièrement des commentaires par rapport aux publications des autres?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Mon avis ne les intéresse sûrement pas
- ☐ Je ne voudrais pas qu'ils interprètent mal ce que je veux dire
- ☐ Ce que je pense n'intéresse personne
- ☐ Je préfère leur dire ce que je pense en privé, que sur Internet
- ☐ Je n'ai pas le temps
- ☐ Autre:

35. Quel(s) sentiment(s) éprouvez-vous lorsque les autres commentent vos propres publications? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ J'aime avoir leur avis sur ce que je publie
- ☐ Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est plaisant
- ☐ Cela prouve que ce que je dis intéresse mes amis
- ☐ J'ai l'impression de découvrir le caractère de certain(e)s
- ☐ C'est l'occasion d'entamer un dialogue
- ☐ Je n'aime pas les commentaires
- ☐ Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est ennuyant
- ☐ Si je pouvais, j'empêcherais que l'on puisse commenter mes publications
- ☐ Autre:

AU TRAVAIL, DANS VOTRE ENTREPRISE...

36. Votre entreprise vous permet-elle d'accéder aux réseaux sociaux depuis votre poste de travail (PC professionnel)? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
☐ Non

37. Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '36. Votre entreprise vous permet-elle d'accéder aux réseaux sociaux depuis votre poste de travail (PC professionnel)?'

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Oui	Non	Je ne sais pas
Skype/Msn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wikipédia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linkedin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flickr/Picasa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Del.icio.us	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Netvibes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gmail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yammer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinterest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

38. Quels arguments l'entreprise a-t-elle avancés pour ne pas vous laisser accès à ces réseaux sociaux depuis votre poste de travail (PC professionnel)? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '36. Votre entreprise vous permet-elle d'accéder aux réseaux sociaux depuis votre poste de travail (PC professionnel)?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ L'utilisation des réseaux sociaux durant les heures de travail ont un impact sur votre productivité
☐ Les informations doivent rester dans l'entreprise, c'est une question de sécurité
☐ L'utilisation de ces réseaux sociaux est trop consommatrice de temps
☐ Ces réseaux sociaux consomment trop de bande passante et ralentissent le réseau
☐ Ces réseaux sociaux ne sont pas nécessaires pour accomplir vos tâches
☐ Autre:

39. Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ E-Mail
- ☐ Intranet informationnel (sans interaction)
- ☐ Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)
- ☐ Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise
- ☐ Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)
- ☐ Autre:

40. Au sein de votre entreprise, existe-t-il des règles claires pour l'utilisation de ces Groupwares? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui, à chaque outil correspondent des règles claires
- ☐ Oui, cependant pas pour tous les outils à disposition
- ☐ Non, aucune règle n'est imposée par rapport à l'utilisation des ces Groupwares
- ☐ Je n'en sais rien
- ☐ Autre:

41. Parmi les fonctionnalités suivantes, quelles sont celles utilisées au sein de l'entreprise? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Pages de profil personnel/blog interne
- ☐ Listes de collègues/amis gérées par les utilisateurs
- ☐ Forum de discussion
- ☐ Base de connaissances/Wiki
- ☐ Édition partagée de documents
- ☐ Agendas partagés
- ☐ Aucune
- ☐ Autre:

42. Quel(s) avantage(s) voyez-vous à l'utilisation de tels outils au sein de votre entreprise? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Meilleure appartenance au(x) groupe(s) de collègues
- ☐ Centralisation de l'information
- ☐ Facilitation de l'accès à l'information
- ☐ Convivialité de l'environnement
- ☐ Gain en efficacité pour les informations partagées
- ☐ Possibilités de faire connaître ses capacités aux collègues
- ☐ Être tenu au courant des activités des collègues
- ☐ Autre:

43. Quel(s) inconvénient(s) trouvez-vous à l'utilisation de ces Groupwares? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ C'est une perte de temps
- ☐ C'est compliqué à utiliser
- ☐ Ça ne fonctionne pas bien car les règles ne sont pas bien définies
- ☐ Ces systèmes manquent de transparence
- ☐ Cela ne marche que parce qu'on oblige/récompense les producteurs d'information
- ☐ On ne sait plus retrouver l'information facilement car elle n'est plus centralisée
- ☐ Autre:

LES GROUPWARES ET VOUS...

44. Comment définiriez vous votre attitude sur les Groupwares de votre entreprise? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Autant 'Producteur' que 'Consommateur' d'information
- ☐ Surtout 'Producteur' d'information
- ☐ Principalement 'Consommateur' de ce que les collègues publient
- ☐ Je ne sais pas

45. Qu'avez-vous comme activité(s) sur les Groupwares mis à votre disposition? *

Répondre aux questions **45 à 51** seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'E-Mail' ou 'Intranet informationnel (sans interaction)' ou 'Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)' ou 'Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise' ou 'Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)' à la question '39. Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition? ' et La réponse était 'E-Mail' ou 'Intranet informationnel (sans interaction)' ou 'Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)' ou 'Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise' ou 'Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)' à la question '39. Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition? ' et La réponse était 'E-Mail' ou 'Intranet informationnel (sans interaction)' ou 'Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)' ou 'Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise' ou 'Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)' à la question '39. Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition? ' et La réponse était 'E-Mail' ou 'Intranet informationnel (sans interaction)' ou 'Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)' ou 'Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise' ou 'Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)' à la question '39. Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition? ' et La réponse était 'E-Mail' ou 'Intranet informationnel (sans interaction)' ou 'Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)' ou 'Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise' ou 'Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)' à la question '39. Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition? '

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai aucune activité
- ☐ Je modifie mon statut
- ☐ Je publie des informations car je pense qu'elles intéressent mes collègues
- ☐ Je donne mon avis par rapport aux informations publiées par mes collègues
- ☐ Je réponds aux publications que mes collègues font sur nos Groupwares
- ☐ Je participe à des discussions avec des collègues que je ne connais pas
- ☐ Je lis les informations, mais je ne publie rien
- ☐ Autre:

46. Quelles sont les raisons qui vous poussent à utiliser les Groupwares à disposition? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ A cause de la pression des collègues
- ☐ C'est un phénomène de mode, tout le monde les utilise
- ☐ Parce que la direction m'y oblige
- ☐ Augmenter le nombre des collègues que je connais
- ☐ Mieux connaître les collègues de mon réseau
- ☐ Être informé des activités de mes collègues
- ☐ Montrer aux collègues ce dont je suis capable
- ☐ Informer mes collègues de mes activités
- ☐ Autre:

47. Quels sentiments ressentez-vous lorsque vos collègues publient des informations sur les Groupwares à disposition? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Ils ont raison d'utiliser les Groupware car c'est plus efficace
- ☐ Je suis content qu'ils m'informent de leurs activités
- ☐ Je trouve qu'ils manquent généralement de retenue
- ☐ J'ai le sentiment de mieux les connaître
- ☐ Je me reconnais dans leurs activités comme appartenant à ce groupe de collègues
- ☐ Je ressens cela comme de la promotion personnelle
- ☐ J'apprends ainsi à connaître davantage leurs capacités
- ☐ J'aimerais pouvoir en faire autant
- ☐ Autre:

48. Quels buts poursuivez-vous en utilisant les Groupwares à disposition? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je ne publie jamais sur les Groupwares à ma disposition
- ☐ Avertir les autres de mes activités
- ☐ Montrer ce dont je suis capable
- ☐ Participer à la vie de l'entreprise en apportant mon avis
- ☐ Apporter mon aide à mes collègues
- ☐ Aider des collègues que je ne connais pas sur les forums
- ☐ Donner mon avis par rapport à certains contenus
- ☐ Valider/critiquer/corriger du contenu publié par les collègues
- ☐ Autre:

49. Postez-vous régulièrement des commentaires par rapport aux publications de vos collègues? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui, régulièrement
- ☐ Oui, mais occasionnellement
- ☐ Oui, rarement
- ☐ Non, jamais

50. Pourquoi ne commentez-vous jamais les publications de vos collègues? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'ai pas le temps
- ☐ Car, techniquement, les commentaires ne sont pas possibles
- ☐ Mon avis ne les intéresse sûrement pas
- ☐ Je ne voudrais pas qu'ils interprètent mal ce que je veux dire
- ☐ Ce que je pense n'intéresse personne
- ☐ Je préfère leur dire ce que je pense en privé qu'en public
- ☐ Autre:

51. Quel(s) sentiment(s) éprouvez-vous lorsque vos collègues commentent vos propres publications? *

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ J'aime avoir leur avis sur ce que je publie
- ☐ Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est plaisant
- ☐ Cela prouve que ce que je dis intéresse mes collègues
- ☐ J'ai l'impression de découvrir le caractère de certain(e)s
- ☐ C'est l'occasion d'entamer un dialogue
- ☐ Je n'aime pas les commentaires
- ☐ Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est ennuyant
- ☐ Si je pouvais, j'empêcherais que l'on puisse commenter mes publications
- ☐ Autre:

À PROPOS DE VOUS!

52. Etes-vous une femme ou un homme? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Je suis une femme
- ☐ Je suis un homme

53. Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Moins de 29 ans
- ☐ Entre 30 et 35 ans
- ☐ Entre 36 et 45 ans
- ☐ Entre 46 et 55 ans
- ☐ Plus de 55 ans

54. Quel est votre niveau de diplôme? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Primaire
- ☐ Secondaire
- ☐ Supérieur de type court
- ☐ Supérieur de type long
- ☐ Universitaire

55. Comment vous considérez-vous par rapport aux nouvelles technologies? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ J'ai horreur des nouvelles technologies
- ☐ Il faut vivre avec son temps, on n'a pas le choix
- ☐ Je m'intéresse aux nouvelles technologies, mais sans plus
- ☐ Il me faut absolument tous les appareils dernier cri
- ☐ Autre:

56. Combien de personnes travaillent au sein de votre entreprise? *

Veillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ 1-49
- ☐ 50-249
- ☐ 250-1000
- ☐ Plus de 1000

57. Dans quel secteur travaillez-vous? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Administration Publique
- ☐ Agroalimentaire
- ☐ Banque / assurance
- ☐ Bâtiment / travaux publics
- ☐ Bois / papier / carton / imprimerie
- ☐ Chimie / parachimie
- ☐ Commerce / distribution / négoce
- ☐ Électronique / électricité
- ☐ Etudes et conseils
- ☐ Informatique
- ☐ Mécanique
- ☐ Métallurgie / travail du métal
- ☐ Pharmacie
- ☐ Plastique / caoutchouc
- ☐ Textile / habillement / chaussure
- ☐ Transports / logistique
- ☐ Autre:

58. Dans quel service travaillez-vous? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Approvisionnement et achats
- ☐ Back-Office
- ☐ Clientèle
- ☐ Communication
- ☐ Financier
- ☐ Gestion des ressources humaines
- ☐ Informatique / IT
- ☐ Marketing
- ☐ Recherche et développement
- ☐ Service administratif
- ☐ Technique
- ☐ Vente / Commercialisation
- ☐ Autre:

59. Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie? *

Choisissez la réponse appropriée pour chaque élément :

	Très fortement	Moyennement	Faiblement	Absolument pas	Sans avis
Hiérarchisée					
Bureaucratique					
Rigide					
Internationale					
Centralisée					
En bonne santé financière					
Conviviale					
Centrée sur la technologie plus que sur l'humain					
Complexe					
Innovante					
Participative					

60. Avez-vous des personnes sous votre responsabilité? *

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
☐ Non

61. Combien de personnes sont sous votre responsabilité? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '60. Avez-vous des personnes sous votre responsabilité? '

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Moins de 25
☐ Entre 25 et 100
☐ Plus de 100

62. Disposez-vous de Groupwares au sein de votre équipe? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '60. Avez-vous des personnes sous votre responsabilité? ' et La réponse était 'Moins de 25' ou 'Entre 25 et 100' ou 'Plus de 100' à la question '61. Combien de personnes sont sous votre responsabilité? ' et La réponse était 'Moins de 25' ou 'Entre 25 et 100' ou 'Plus de 100' à la question '61. Combien de personnes sont sous votre responsabilité? ' et La réponse était 'Moins de 25' ou 'Entre 25 et 100' ou 'Plus de 100' à la question '61. Combien de personnes sont sous votre responsabilité? '

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
☐ Non

63. Qu'en faites-vous? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Oui' à la question '62. Disposez-vous de Groupwares au sein de votre équipe?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Je n'en fais rien
☐ Je motive mes collaborateurs
☐ Je les incite à partager leurs connaissances
☐ Cela permet une meilleure connaissance interpersonnelle
☐ Je m'en sers comme outil de communication Top-Down
☐ Je peux mieux connaître les capacités des uns et des autres
☐ Mes collaborateurs y communiquent vers moi (Bottom-Up)
☐ Autre:

64. Souhaiteriez-vous disposer de Groupware pour les collaborateurs de vos équipes? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '62. Disposez-vous de Groupwares au sein de votre équipe?'

Veuillez sélectionner une seule des propositions suivantes :

- ☐ Oui
☐ Non

65. Pour quelle(s) raison(s)? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '62. Disposez-vous de Groupwares au sein de votre équipe?' et La réponse était 'Oui' à la question '64. Souhaiteriez-vous disposer de Groupware pour les collaborateurs de vos équipes?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ Pour motiver mes collaborateurs
- ☐ Parce que cela incite au partage des connaissances
- ☐ Car cela permet une meilleure connaissance interpersonnelle
- ☐ Pour développer une communication plus efficace
- ☐ Pour être mieux informé des capacités des ressources
- ☐ Parce que c'est à la mode
- ☐ Autre:

66. Pourquoi? *

Répondre à cette question seulement si les conditions suivantes sont réunies :

° La réponse était 'Non' à la question '62. Disposez-vous de Groupwares au sein de votre équipe?' et La réponse était 'Non' à la question '64. Souhaiteriez-vous disposer de Groupware pour les collaborateurs de vos équipes?'

Choisissez toutes les réponses qui conviennent :

- ☐ L'utilisation de ce type d'outil est une perte de temps
- ☐ Mes collaborateurs auront un moins bon rendement au travail
- ☐ Je ne sais pas à quoi cela pourrait servir
- ☐ Je n'y connais rien
- ☐ Autre:

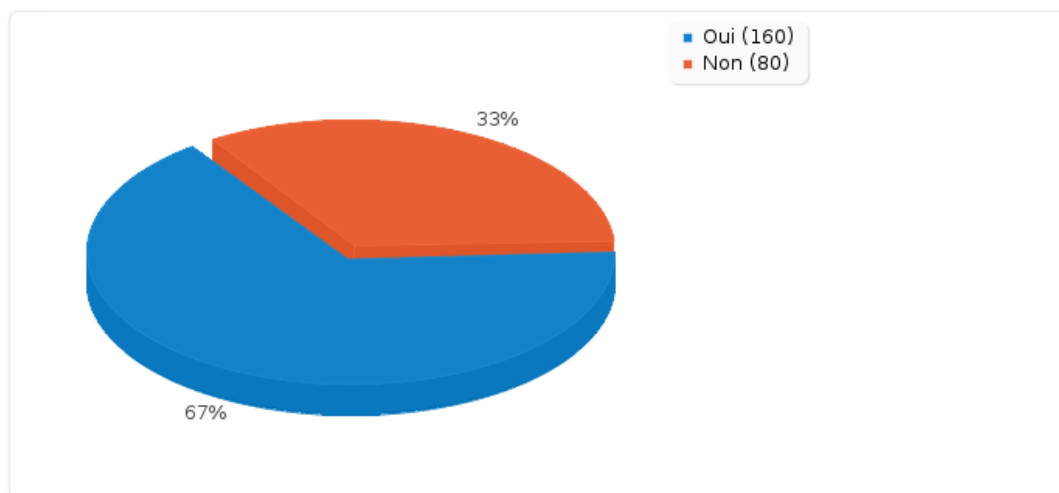
Annexe B

Rapport statistiques

RÉSULTATS STATISTIQUES DE NOTRE ENQUÊTE

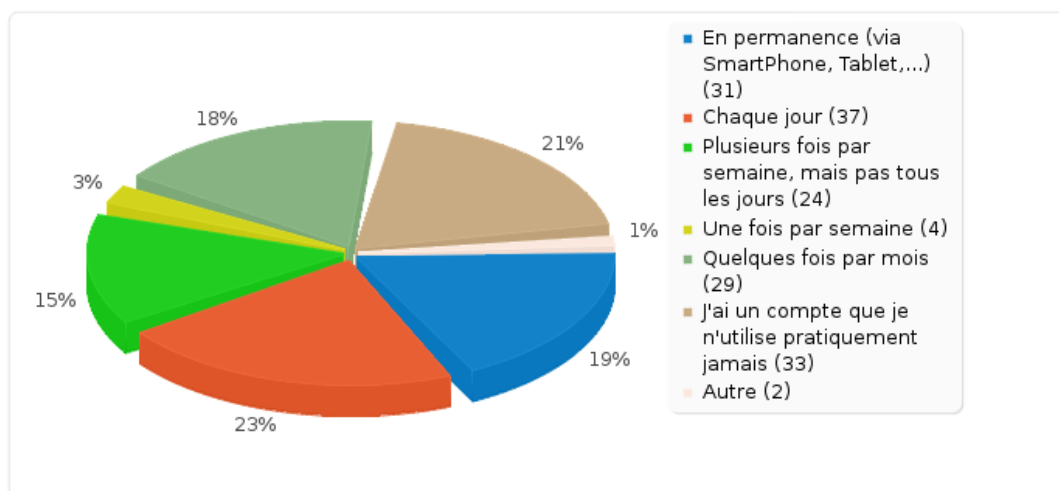
Utilisez-vous un système de chat/téléphonie en ligne (MSN, Skype,...)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	160	66.67%
Non	80	33.33%



Quand êtes-vous connecté?

Réponse	Décompte	Pourcentage
En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)	31	19.38%
Chaque jour	37	23.12%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	24	15.00%
Une fois par semaine	4	2.50%
Quelques fois par mois	29	18.12%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	33	20.62%
Autre	2	1.25%

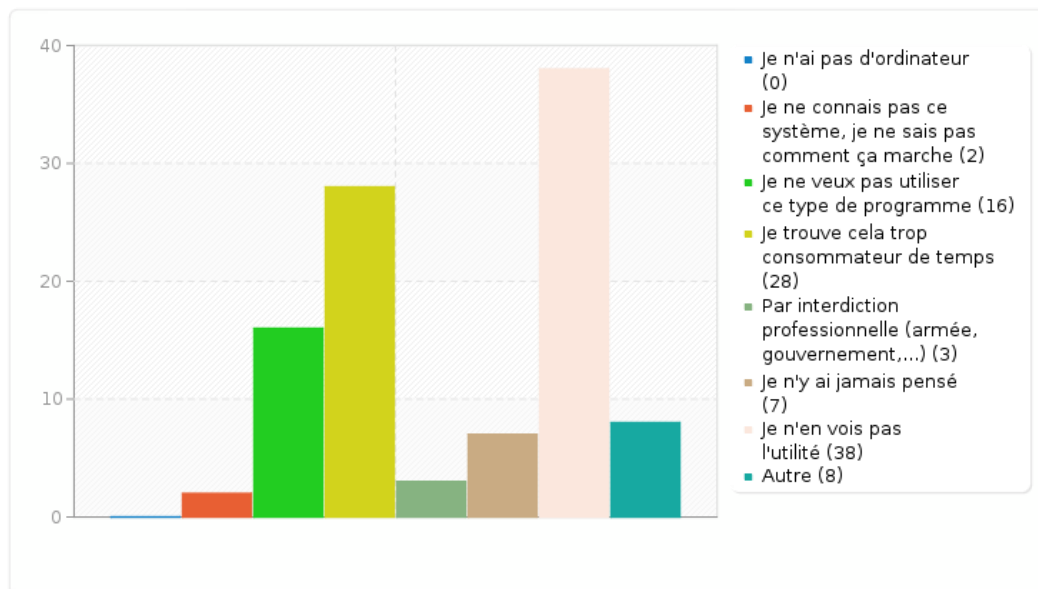


Réponses manuelles pour Autre:

au travail, chat professionnel
géré par moi à la demande

Pourquoi ne pas utiliser un système de chat/téléphonie en ligne (MSN, Skype,...)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	2	0.83%
Je ne veux pas utiliser ce type de programme	16	6.67%
Je trouve cela trop consommateur de temps	28	11.67%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	3	1.25%
Je n'y ai jamais pensé	7	2.92%
Je n'en vois pas l'utilité	38	15.83%
Autre	8	3.33%



Réponses manuelles pour Autre:

Pas assez de contact

J'en utilisais auparavant, mon emploi du temps à changé je n'ai plus beaucoup le temps. D'autre part facebook me permet de garder contact et de savoir ce qui se passe dans la vie de mes connaissances.

rien de "fort utilisé" en logiciel libre

accord avantageux entre mon entreprise et un fournisseur telecom classique

alternative opensource

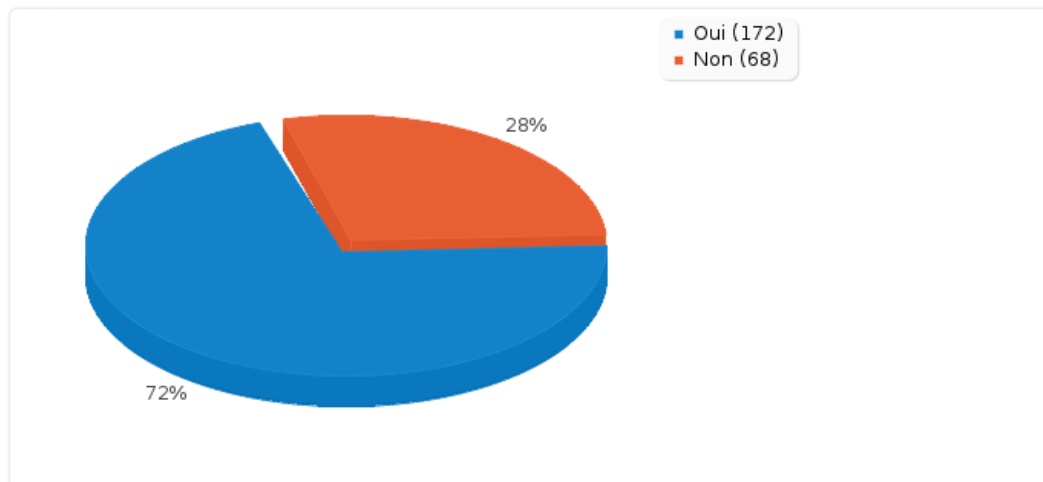
mail, sms, GSM, et tél fixe suffisent actuellement

je préfère les modèles asynchrones

je ne suis pas un addict de la communication

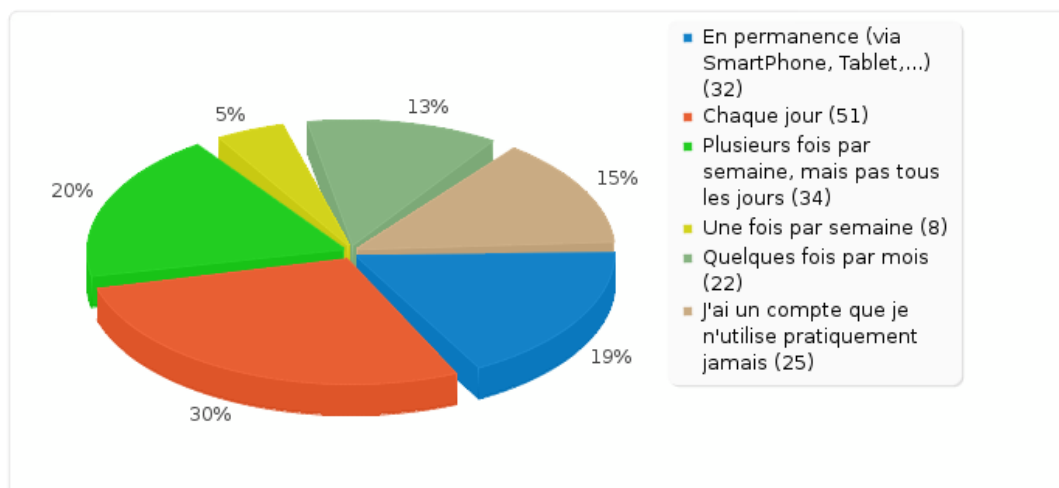
Possédez-vous un compte Facebook?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	172	71.67%
Non	68	28.33%



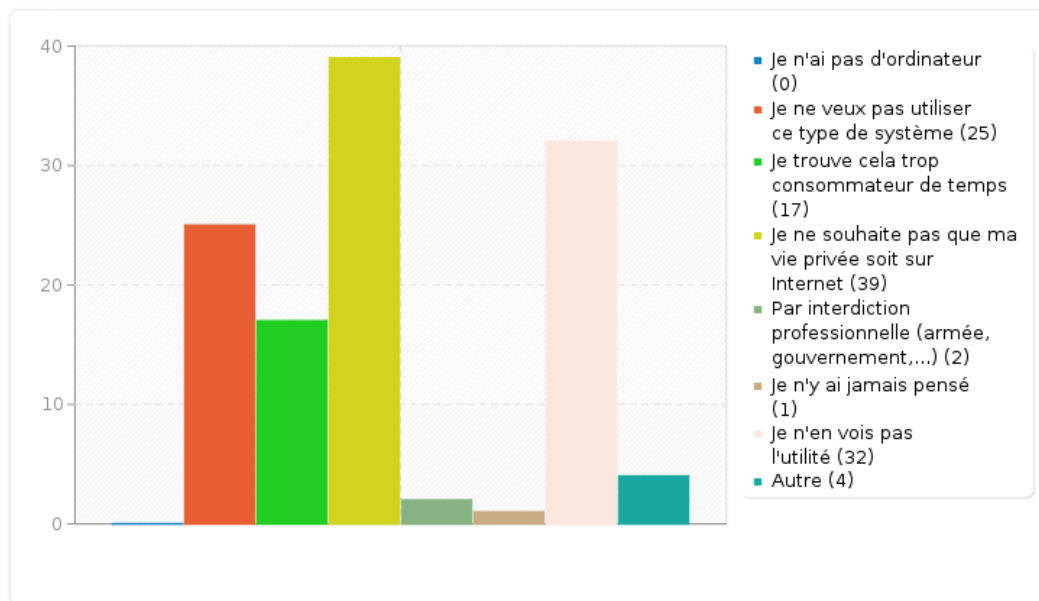
À quelle fréquence l'utilisez-vous?

Réponse	Décompte	Pourcentage
En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)	32	18.60%
Chaque jour	51	29.65%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	34	19.77%
Une fois par semaine	8	4.65%
Quelques fois par mois	22	12.79%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	25	14.53%
Autre	0	0.00%



Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de compte sur Facebook?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne veux pas utiliser ce type de système	25	10.42%
Je trouve cela trop consommateur de temps	17	7.08%
Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet	39	16.25%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	2	0.83%
Je n'y ai jamais pensé	1	0.42%
Je n'en vois pas l'utilité	32	13.33%
Autre	4	1.67%



Réponses manuelles pour Autre:

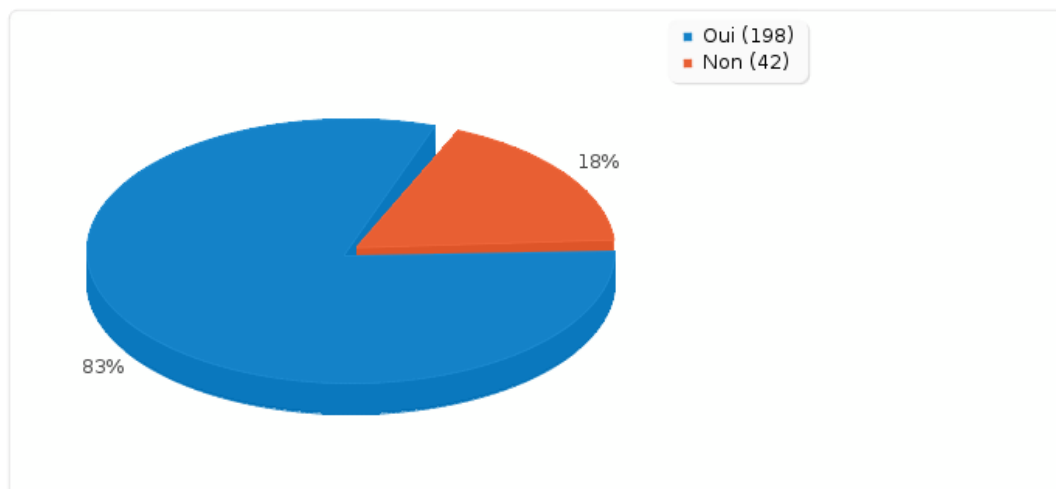
Cette explication mériterait plusieurs pages, mais en quelques mots: je n'ai aucune confiance dans une entreprise comme Facebook; «si un produit est gratuit, c'est que vous êtes le produit». Facebook fait son profit en utilisant la vie privée et les données personnelles de ses utilisateurs sans rien leur rendre en retour (hors son service, assez minable). Un réseau pair à pair et open-source comme Diaspora me semblerait déjà un système plus intéressant.

Quel usage en est-il fait?

Je préfère le contact humain (exemple : se souvenir de la date d'anniversaire de quelqu'un puis lui souhaiter de vive voix plutôt que d'avoir un rappel électronique) pour la protection de ma vie privée

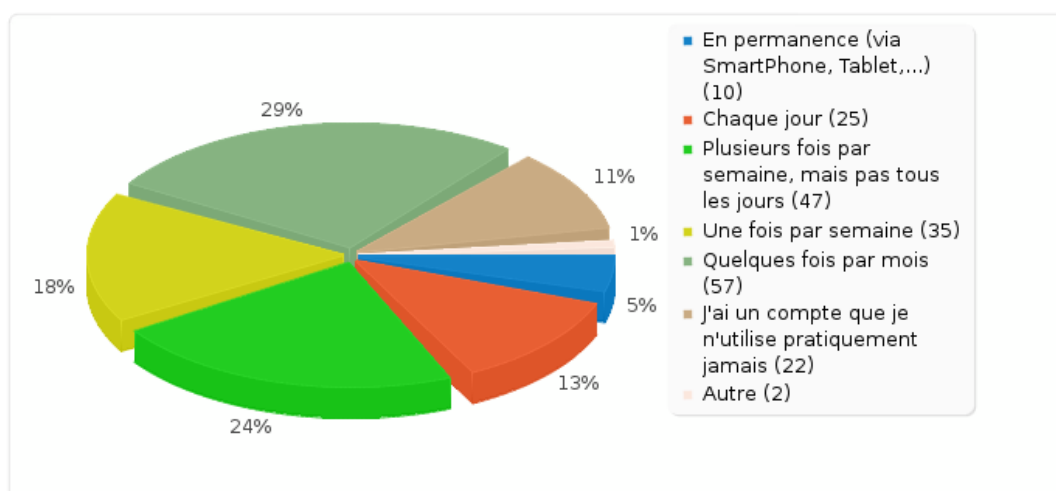
Possédez-vous un compte LinkedIn?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	198	82.50%
Non	42	17.50%



À quelle fréquence l'utilisez-vous?

Réponse	Décompte	Pourcentage
En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)	10	5.05%
Chaque jour	25	12.63%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	47	23.74%
Une fois par semaine	35	17.68%
Quelques fois par mois	57	28.79%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	22	11.11%
Autre	2	1.01%

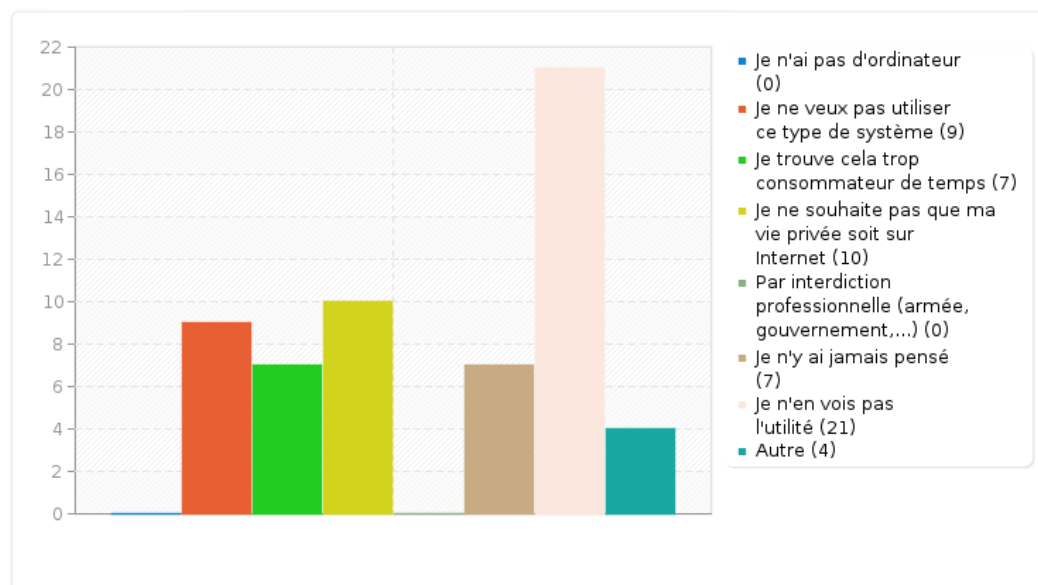


Réponses manuelles pour Autre:

utilisation lors de maj de mon cv et acceptation de nouvelles connections
quand j'aurai un peu plus de temps peut-être

Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de compte sur LinkedIn?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne veux pas utiliser ce type de système	9	3.75%
Je trouve cela trop consommateur de temps	7	2.92%
Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet	10	4.17%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	0	0.00%
Je n'y ai jamais pensé	7	2.92%
Je n'en vois pas l'utilité	21	8.75%
Autre	4	1.67%



Réponses manuelles pour Autre:

idem Facebook

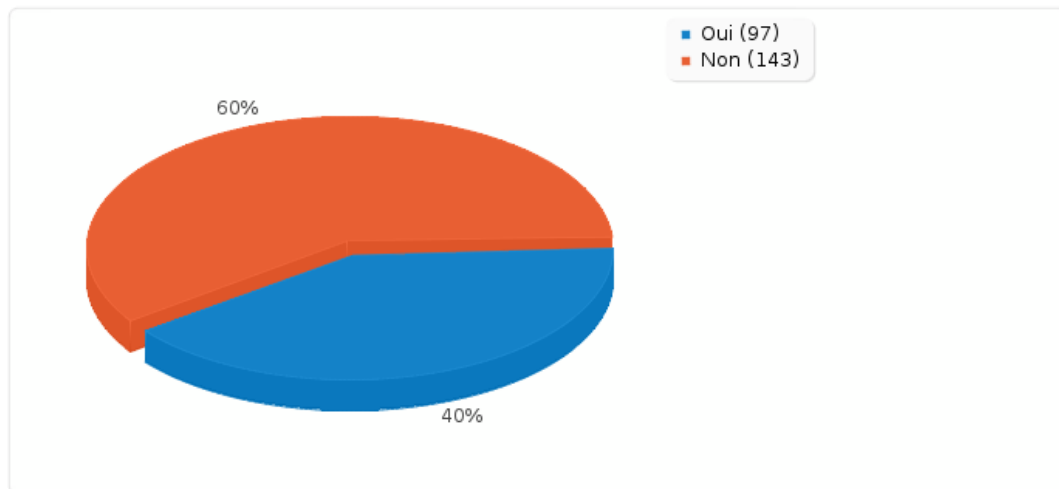
Quel usage en est-il fait?

counnait pas

je ne connais pas

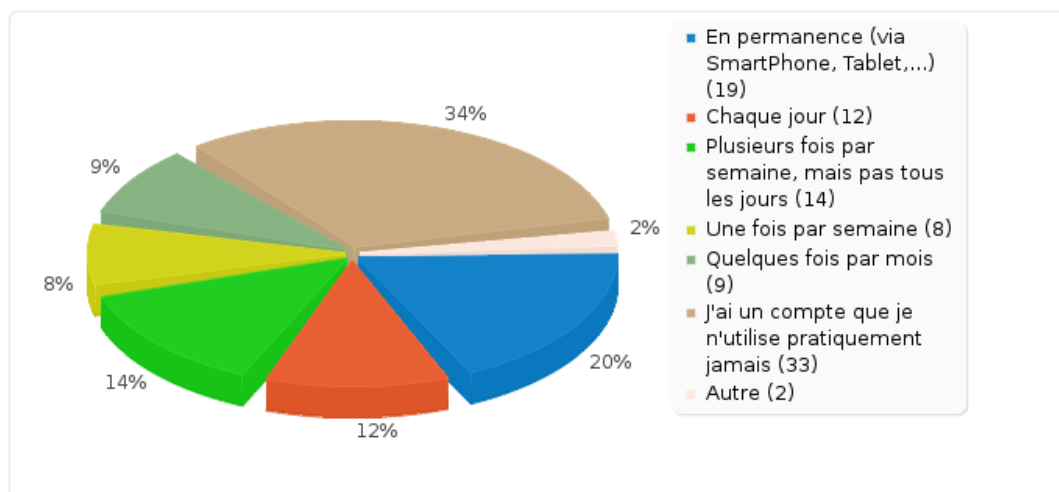
Possédez-vous un compte Twitter?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	97	40.42%
Non	143	59.58%



À quelle fréquence l'utilisez-vous?

Réponse	Décompte	Pourcentage
En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)	19	19.59%
Chaque jour	12	12.37%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	14	14.43%
Une fois par semaine	8	8.25%
Quelques fois par mois	9	9.28%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	33	34.02%
Autre	2	2.06%

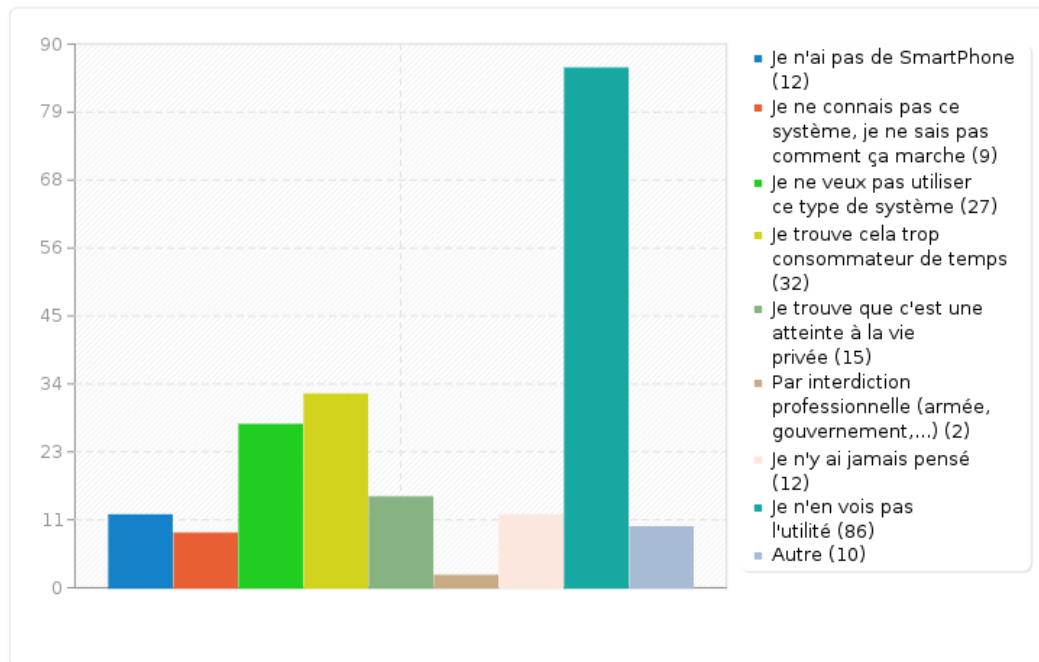


Réponses manuelles pour Autre:

Jamais
jamais

Pour quelle(s) raison(s) ne possédez-vous pas de compte Twitter?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas de SmartPhone	12	5.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	9	3.75%
Je ne veux pas utiliser ce type de système	27	11.25%
Je trouve cela trop consommateur de temps	32	13.33%
Je trouve que c'est une atteinte à la vie privée	15	6.25%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	2	0.83%
Je n'y ai jamais pensé	12	5.00%
Je n'en vois pas l'utilité	86	35.83%
Autre	10	4.17%



Réponses manuelles pour Autre:

Je n'ai rien à dire au reste du monde

idem Facebook

Quel usage en est-il fait?

J'ai déjà Facebook, c'est suffisant

J'ai un compte facebook et ça me suffit

L'idée de base est intéressante mais est employé par énormément d'Internaute pour poster des informations non pertinente à partir desquelles on pourrait écrire une biographie quotidienne sur certains d'entre-eux.

Linkedin et Facebook couvrent mes besoins

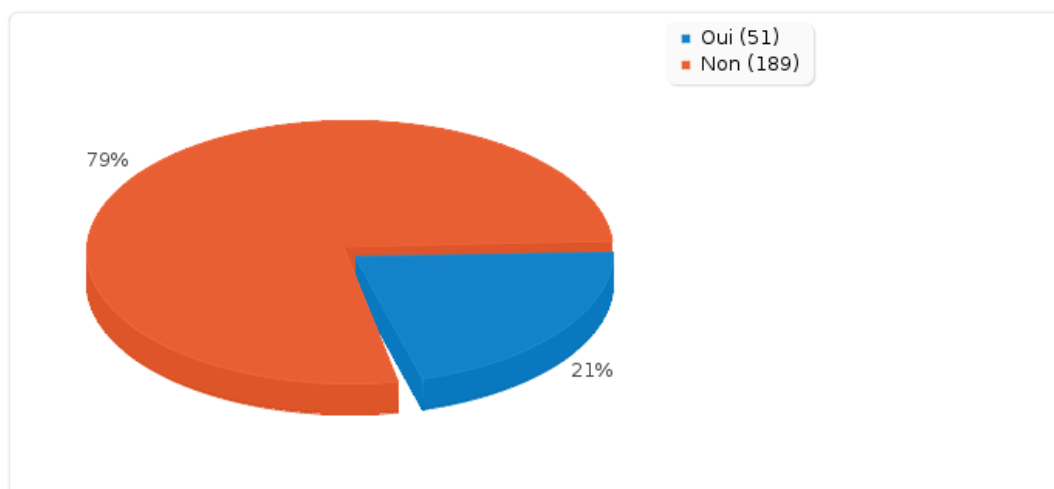
Ne correspond pas à mon rythme du temps (Twitter=trop rapide, pas assez de recul)

use of LinkedIn

Pour moi, ça fait double usage avec Facebook

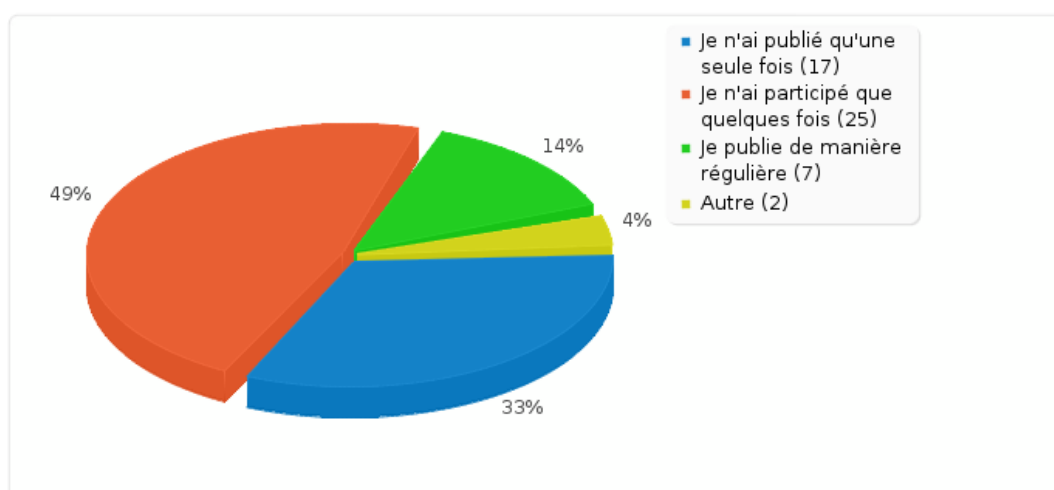
Avez-vous déjà participé à une publication sur un site de partage de connaissances comme Wikipédia?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	51	21.25%
Non	189	78.75%



À quelle fréquence?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai publié qu'une seule fois	17	33.33%
Je n'ai participé que quelques fois	25	49.02%
Je publie de manière régulière	7	13.73%
Autre	2	3.92%

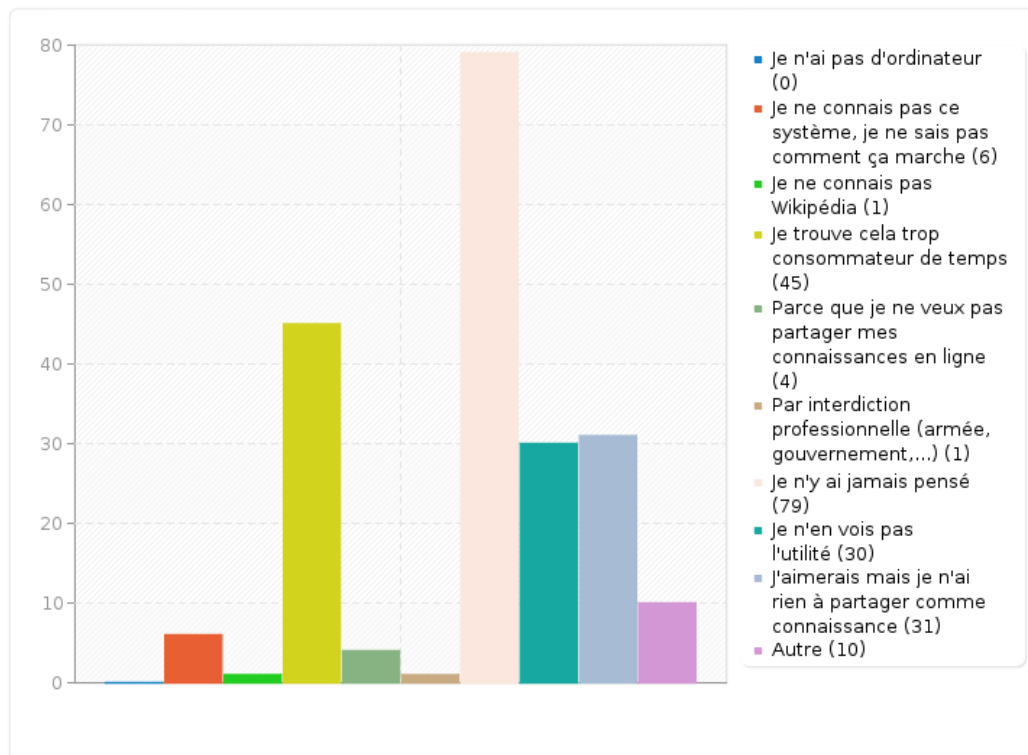


Réponses manuelles pour Autre:

Je publie assez régulièrement mais parfois le temps de me manque et donc il y a des passages à vide.

Pour quelle(s) raison(s)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	6	2.50%
Je ne connais pas Wikipédia	1	0.42%
Je trouve cela trop consommateur de temps	45	18.75%
Parce que je ne veux pas partager mes connaissances en ligne	4	1.67%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	1	0.42%
Je n'y ai jamais pensé	79	32.92%
Je n'en vois pas l'utilité	30	12.50%
J'aimerais mais je n'ai rien à partager comme connaissance	31	12.92%
Autre	10	4.17%

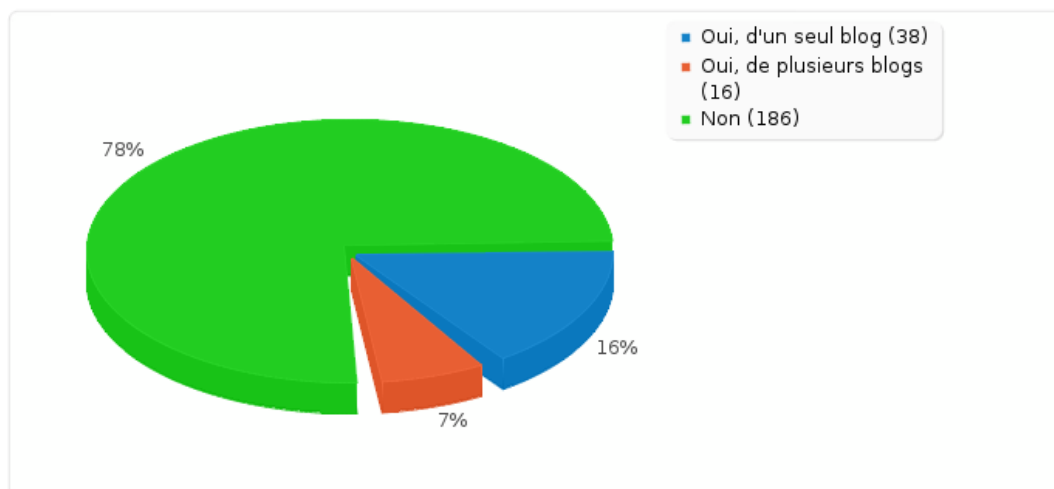


Réponses manuelles pour Autre:

-
Je n'ai rien de + à partager qui n'y soit déjà
Je n'ai jamais reçu de demande à ce sujet mais je serais intéressé
je n'ai encore rien, à mon avis, de prêt à être publié
Pas le temps
par manque de temps
Peu de temps pour m'y investir
Pas de connaissance non présente sur Internet
pas assez expert dans un domaine
je publis sur mon blog perso

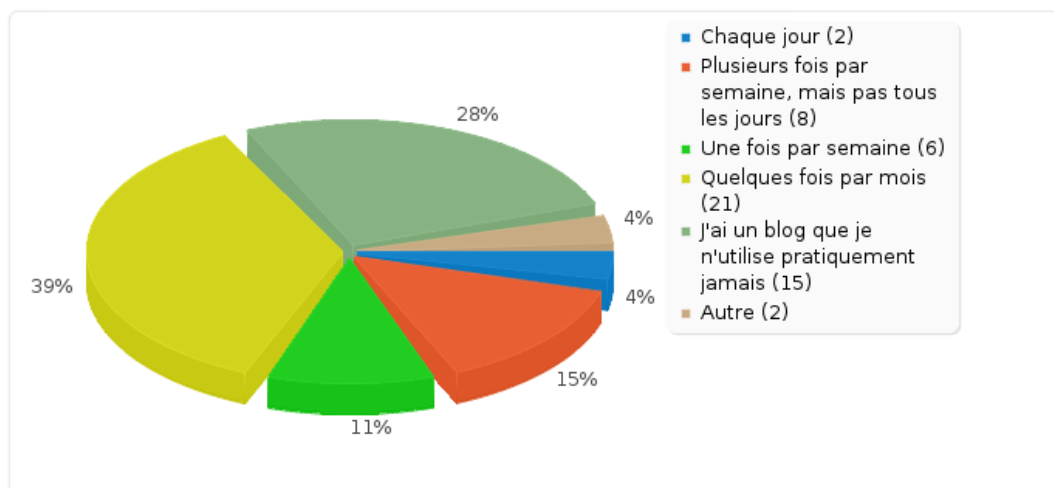
Êtes-vous un propriétaire de blog(s)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui, d'un seul blog	38	15.83%
Oui, de plusieurs blogs	16	6.67%
Non	186	77.50%



À quelle fréquence le(s) mettez-vous à jour?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Chaque jour	2	3.70%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	8	14.81%
Une fois par semaine	6	11.11%
Quelques fois par mois	21	38.89%
J'ai un blog que je n'utilise pratiquement jamais	15	27.78%
Autre	2	3.70%

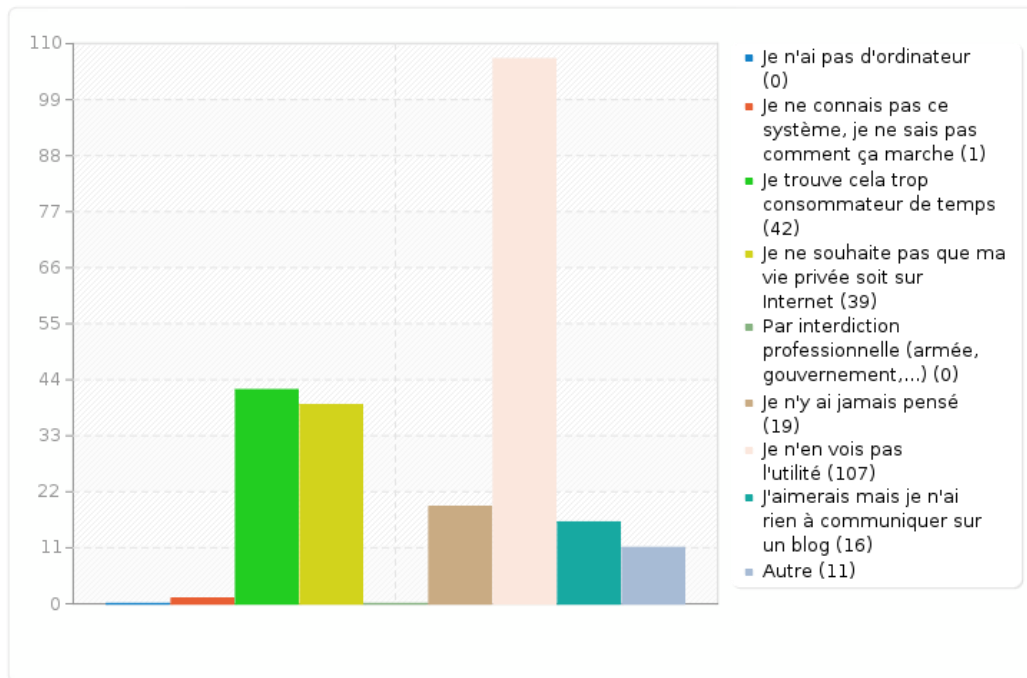


Réponses manuelles pour Autre:

mis à jour régulièrement lors de séjours à l'étranger uniquement
une fois tous les trois mois

Pourquoi n'avez-vous pas de blog?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	1	0.42%
Je trouve cela trop consommateur de temps	42	17.50%
Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet	39	16.25%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	0	0.00%
Je n'y ai jamais pensé	19	7.92%
Je n'en vois pas l'utilité	107	44.58%
J'aimerais mais je n'ai rien à communiquer sur un blog	16	6.67%
Autre	11	4.58%



Réponses manuelles pour Autre:

Je n'ai pas de sujet sur lequel je voudrais bloguer

J'administre un forum qui, selon moi, permet plus d'interaction entre les membres distants

préfère un bon site bien structuré

je partage un blog

manque de temps

J'en aurai un bientôt. C'est en cours de réflexion (définition du contenu et de la cible).

pas envie

Pas de sujet particulier à partager

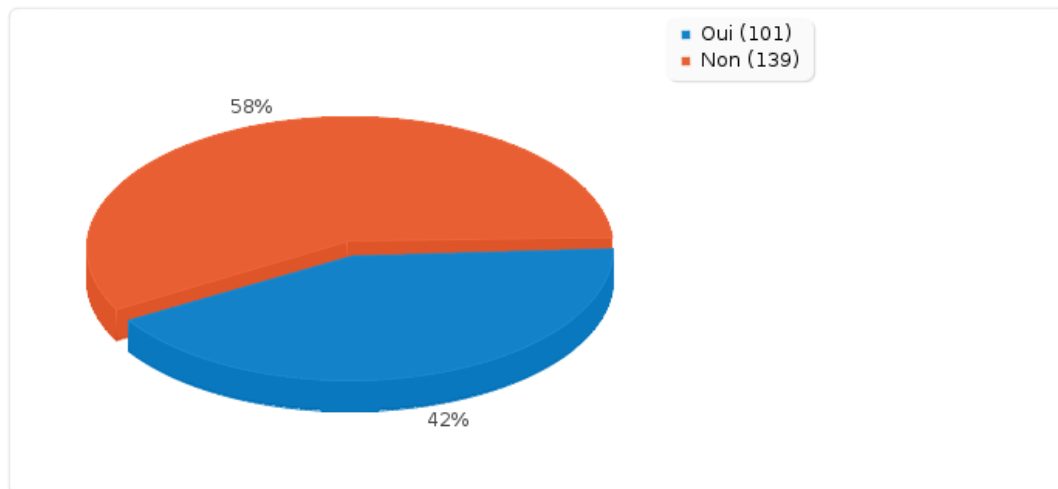
mon hébergeur est fini

J'ai par contre mon propre site de recettes de cuisine , mais pas sous une forme blog

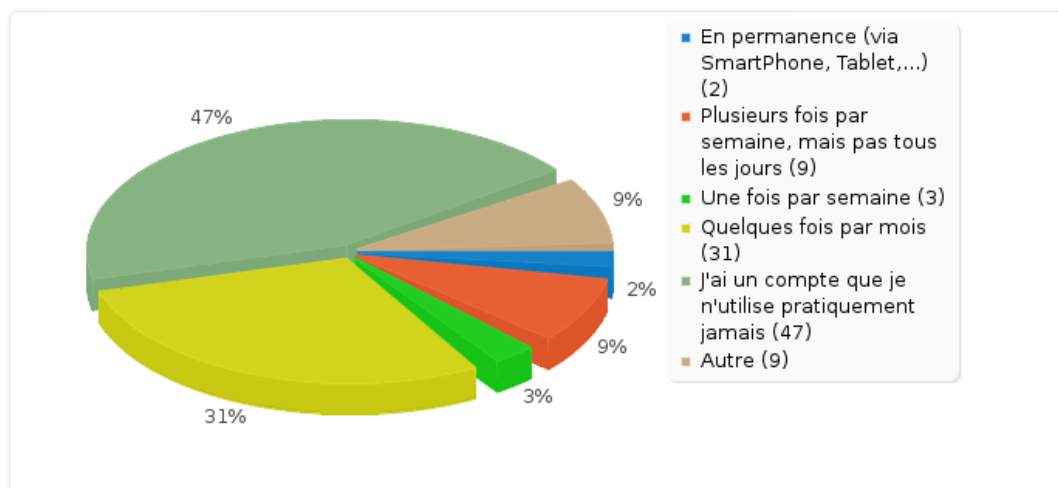
J'ai des sites internet, mais aucun configurés comme "blogs"

Utilisez-vous un système de stockage de vos photos en ligne (comme Flickr, Picasa,...)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	101	42.08%
Non	139	57.92%

**A quelle fréquence mettez-vous des photos en ligne?**

Réponse	Décompte	Pourcentage
En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)	2	1.98%
Chaque jour	0	0.00%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	9	8.91%
Une fois par semaine	3	2.97%
Quelques fois par mois	31	30.69%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	47	46.53%
Autre	9	8.91%

**Réponses manuelles pour Autre:**

en lien avec mon blog, comme lieu de stockage des images publiées

mon propre site privé, à usage des proches uniquement

A certaines occasions

pour les vacances

Je n'utilise pas ce compte pour des photos personnelles, mais bien pour stocker des

images, diagrammes, etc. afin d'illustrer des articles en ligne ou autres.

A des moment fixe pour partager des photos en relation a des activités communes avec d'autres

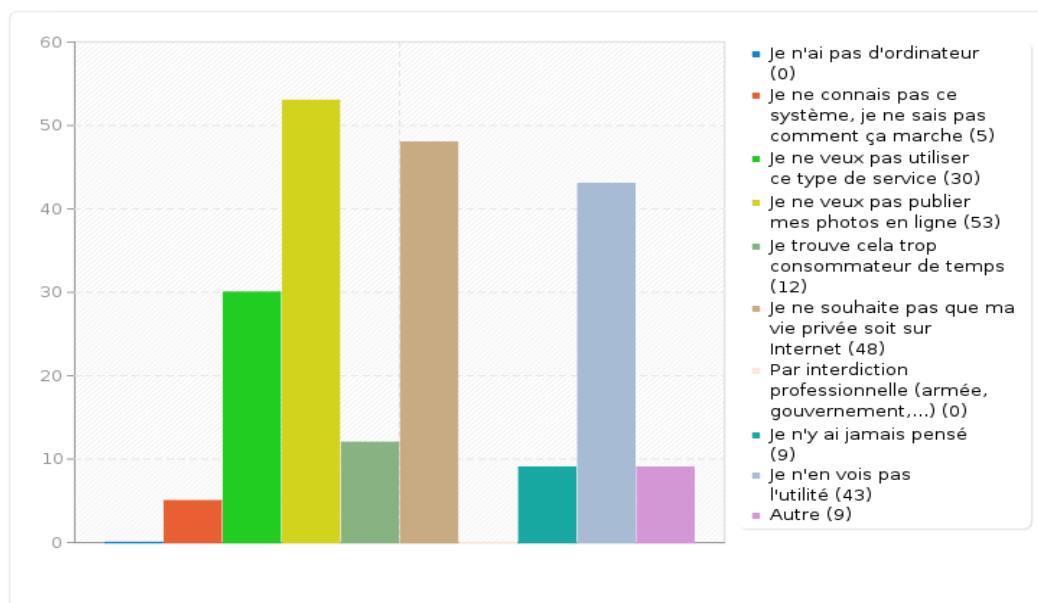
uniquement pour partager des évènements (ex: anniversaire enfant avec autres parents)

lors d'évènements pour lesquels j'ai fait des photos

en lien avec mon blog, comme lieu de stockage des images publiées

Pourquoi ne mettez-vous pas vos photos en ligne?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	5	2.08%
Je ne veux pas utiliser ce type de service	30	12.50%
Je ne veux pas publier mes photos en ligne	53	22.08%
Je trouve cela trop consommateur de temps	12	5.00%
Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet	48	20.00%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	0	0.00%
Je n'y ai jamais pensé	9	3.75%
Je n'en vois pas l'utilité	43	17.92%
Autre	9	3.75%



Réponses manuelles pour Autre:

Je ne suis pas très photos

j'utilise mon propre serveur pour stocker mes photos en ligne

j'ai un nom de domaine perso associé à du stockage

problème de confidentialité

droits d'auteur

J'utilise mon site privé avec accès contrôlé

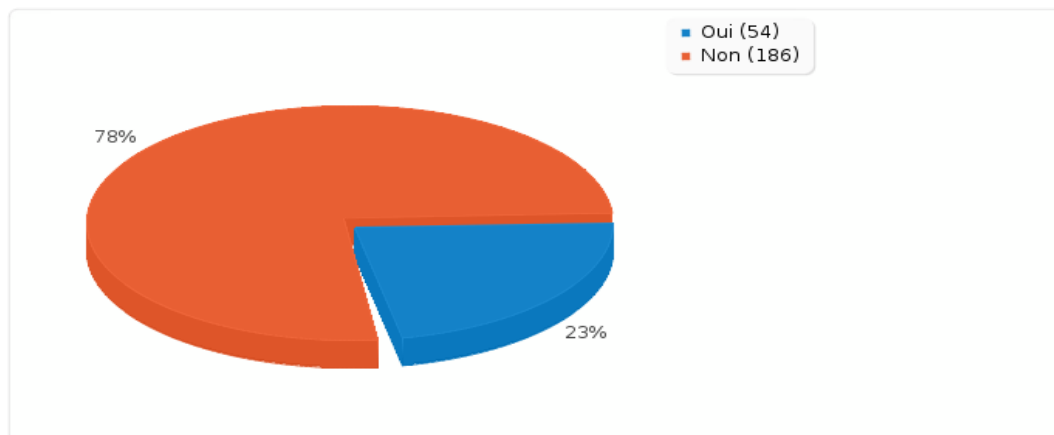
Photos sur site web personnel

Je ne fais de photo

Je ne souhaite pas céder les droits sur mes photos à des tiers

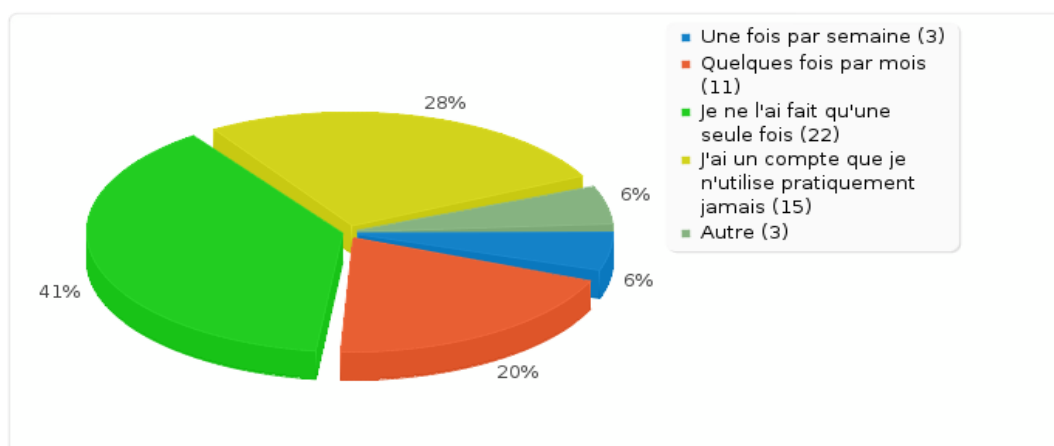
Avez-vous déjà posté une vidéo sur YouTube?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	54	22.50%
Non	186	77.50%



À quelle fréquence postez-vous des vidéos en ligne?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Chaque jour	0	0.00%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	0	0.00%
Une fois par semaine	3	5.56%
Quelques fois par mois	11	20.37%
Je ne l'ai fait qu'une seule fois	22	40.74%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	15	27.78%
Autre	3	5.56%



Réponses manuelles pour Autre:

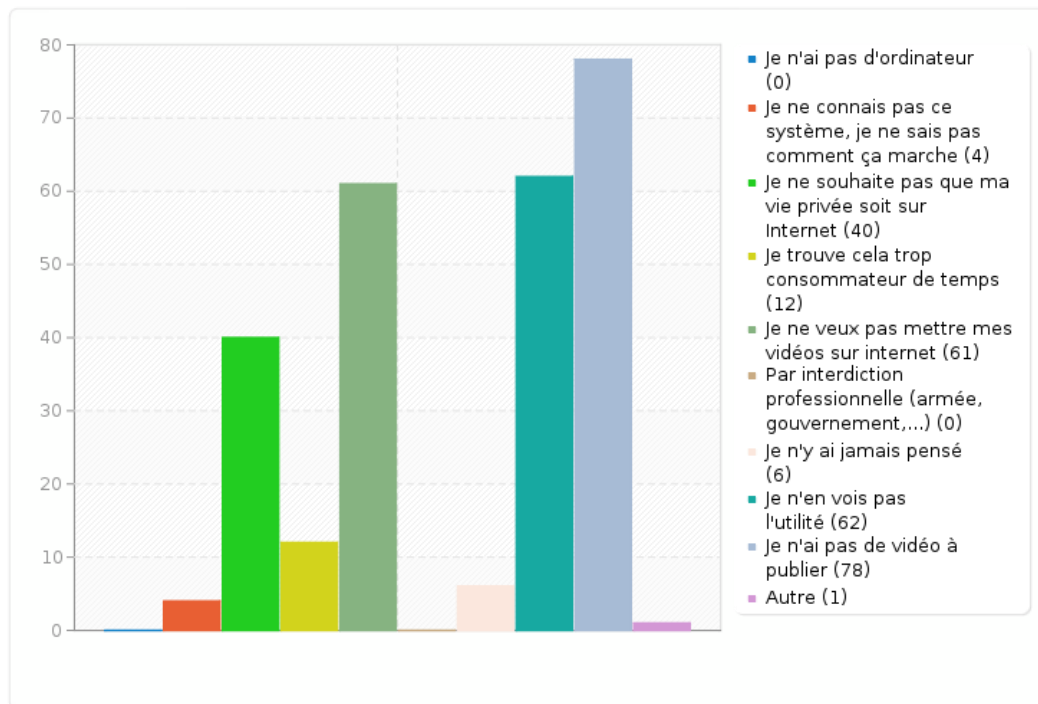
Quelques fois par an

A nouveau, je poste des vidéos qui me semblent pertinente pour illustrer un sujet traiter dans un article en ligne ou autre. Si la vidéo existe déjà sur Youtube, je ne reposte pas la vidéo sur mon compte, je fait plutôt référence à celle existante

Plusieurs fois par an, quand j'ai des vidéos à poster. C'est très irrégulier

Pour quelle(s) raison(s)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	4	1.67%
Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet	40	16.67%
Je trouve cela trop consommateur de temps	12	5.00%
Je ne veux pas mettre mes vidéos sur internet	61	25.42%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	0	0.00%
Je n'y ai jamais pensé	6	2.50%
Je n'en vois pas l'utilité	62	25.83%
Je n'ai pas de vidéo à publier	78	32.50%
Autre	1	0.42%

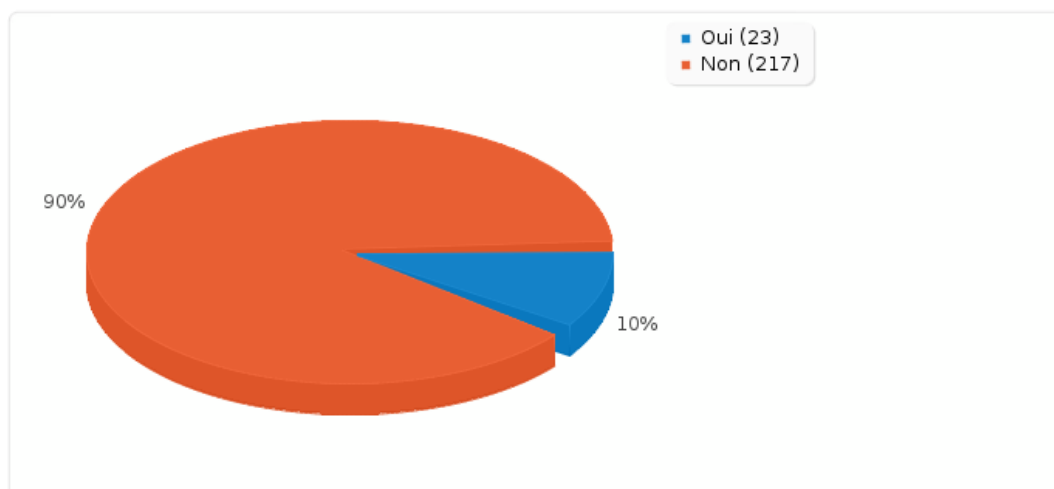


Réponses manuelles pour Autre:

j'utilise mon propre serveur pour héberger mes vidéos en ligne

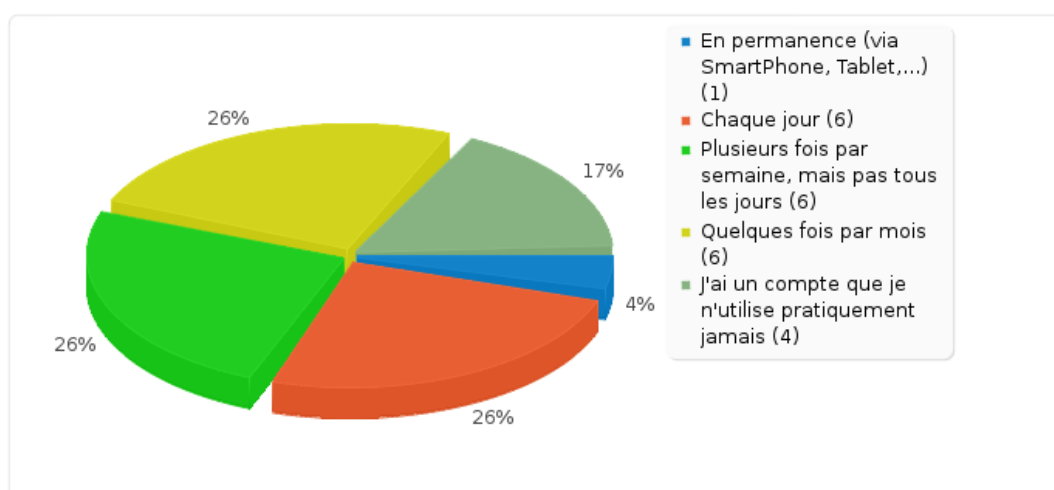
Partagez-vous vos liens sur internet (del.icou.us, netvibes,...). Ce que l'on appelle le "social bookmarking"?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	23	9.58%
Non	217	90.42%



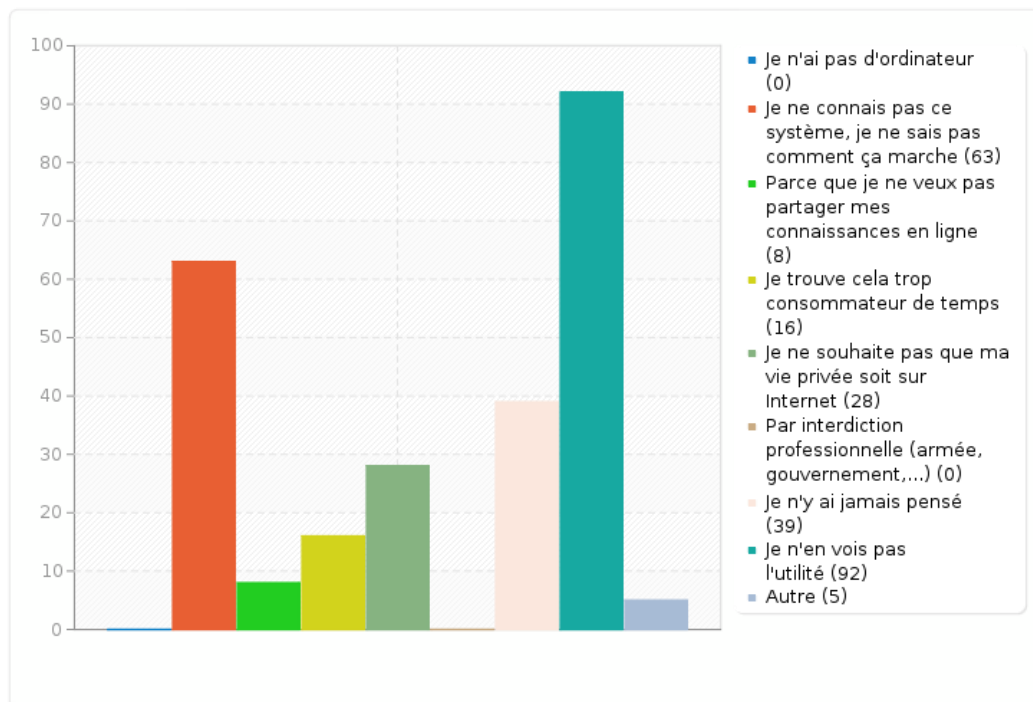
A quelle fréquence utilisez-vous ce type de système de partage de liens?

Réponse	Décompte	Pourcentage
En permanence (via SmartPhone, Tablet,...)	1	4.35%
Chaque jour	6	26.09%
Plusieurs fois par semaine, mais pas tous les jours	6	26.09%
Une fois par semaine	0	0.00%
Quelques fois par mois	6	26.09%
J'ai un compte que je n'utilise pratiquement jamais	4	17.39%
Autre	0	0.00%



Pourquoi ne partagez-vous pas vos liens préférés en ligne?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas d'ordinateur	0	0.00%
Je ne connais pas ce système, je ne sais pas comment ça marche	63	26.25%
Parce que je ne veux pas partager mes connaissances en ligne	8	3.33%
Je trouve cela trop consommateur de temps	16	6.67%
Je ne souhaite pas que ma vie privée soit sur Internet	28	11.67%
Par interdiction professionnelle (armée, gouvernement,...)	0	0.00%
Je n'y ai jamais pensé	39	16.25%
Je n'en vois pas l'utilité	92	38.33%
Autre	5	2.08%



Réponses manuelles pour Autre:

idem Facebook

Lorsque je souhaite partager des liens, je cible vraiment la personne (les personnes) qui sera intéressée par le lien ou alors je lui montre lorsqu'on se rencontre.

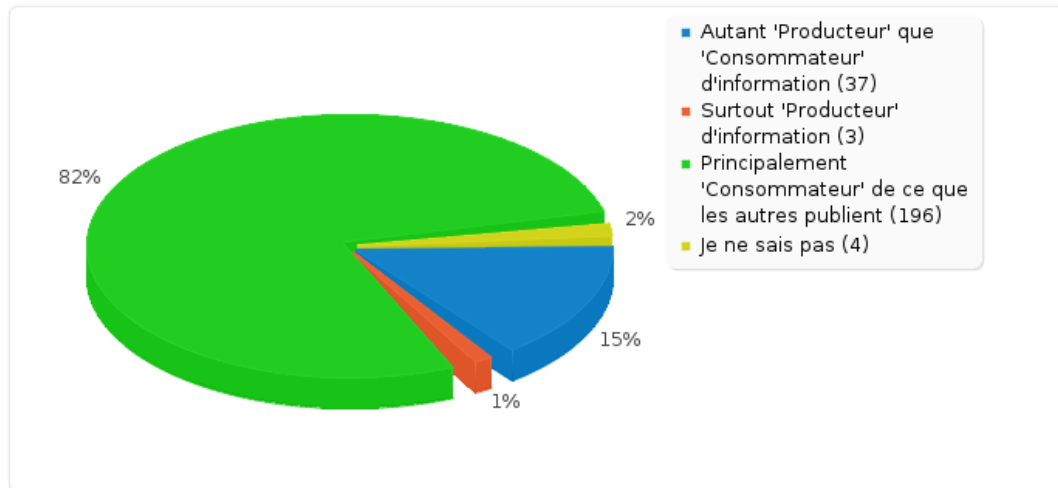
Je suis le seul à l'utiliser en société

pas envie

Manque de temps pour recréer tous mes bookmarks

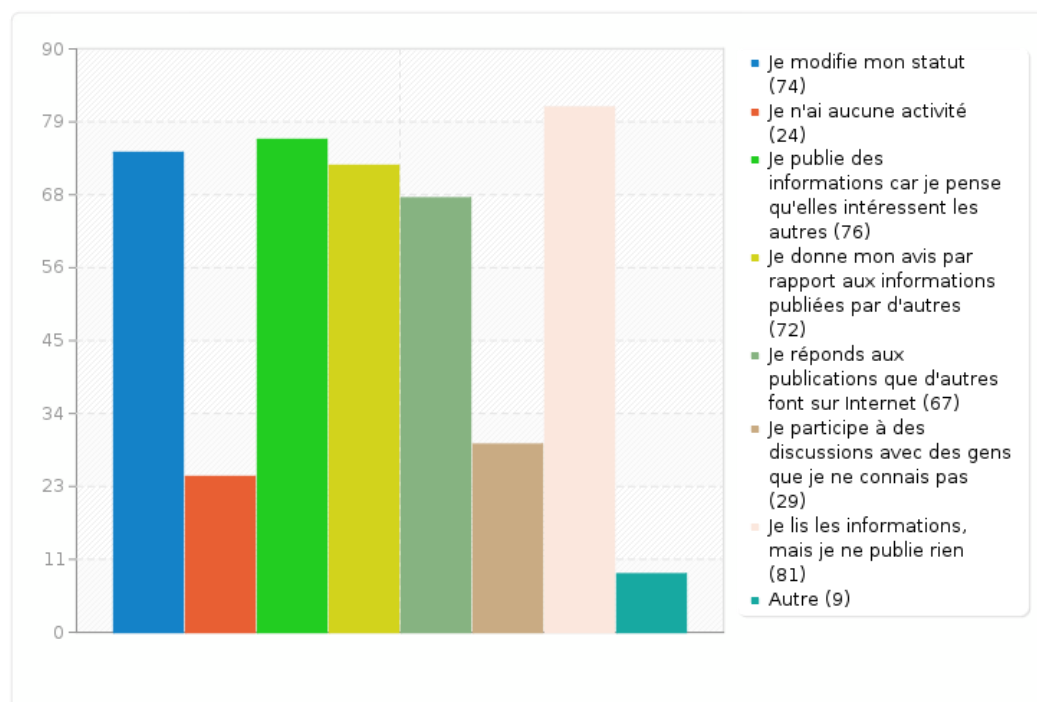
Quelle attitude avez-vous sur Internet, en général?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Autant 'Producteur' que 'Consommateur' d'information	37	15.42%
Surtout 'Producteur' d'information	3	1.25%
Principalement 'Consommateur' de ce que les autres publient	196	81.67%
Je ne sais pas	4	1.67%



Qu'avez-vous comme activité(s) sur les réseaux sociaux?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je modifie mon statut	74	30.83%
Je n'ai aucune activité (SQ000)	24	10.00%
Je publie des informations car je pense qu'elles intéressent les autres	76	31.67%
Je donne mon avis par rapport aux informations publiées par d'autres	72	30.00%
Je réponds aux publications que d'autres font sur Internet	67	27.92%
Je participe à des discussions avec des gens que je ne connais pas	29	12.08%
Je lis les informations, mais je ne publie rien	81	33.75%
Autre	9	3.75%



Réponses manuelles pour Autre:

Détentes (vidéos, photos)

je consulte occasionnellement les informations

Messages avec certains groupes (club de danse, etc.)

jeux

Je n'ai aucune activité

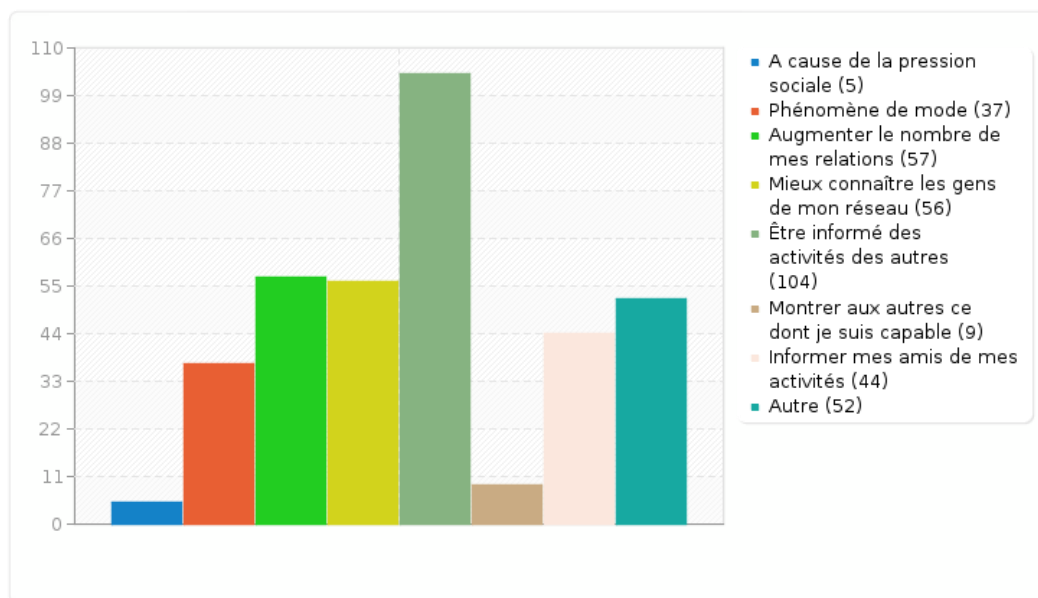
Activité quasi nulle, je lis les informations des autres de manière très exceptionnelle excepté CV LinkedIn

Présentation personnelle synthétique - CV

je communique avec des proches habitants à l'étranger

Quelles sont les raisons qui vous poussent à utiliser ces réseaux sociaux?

Réponse	Décompte	Pourcentage
A cause de la pression sociale	5	2.08%
Phénomène de mode	37	15.42%
Augmenter le nombre de mes relations	57	23.75%
Mieux connaître les gens de mon réseau	56	23.33%
Être informé des activités des autres	104	43.33%
Montrer aux autres ce dont je suis capable	9	3.75%
Informer mes amis de mes activités	44	18.33%
Autre	52	21.67%



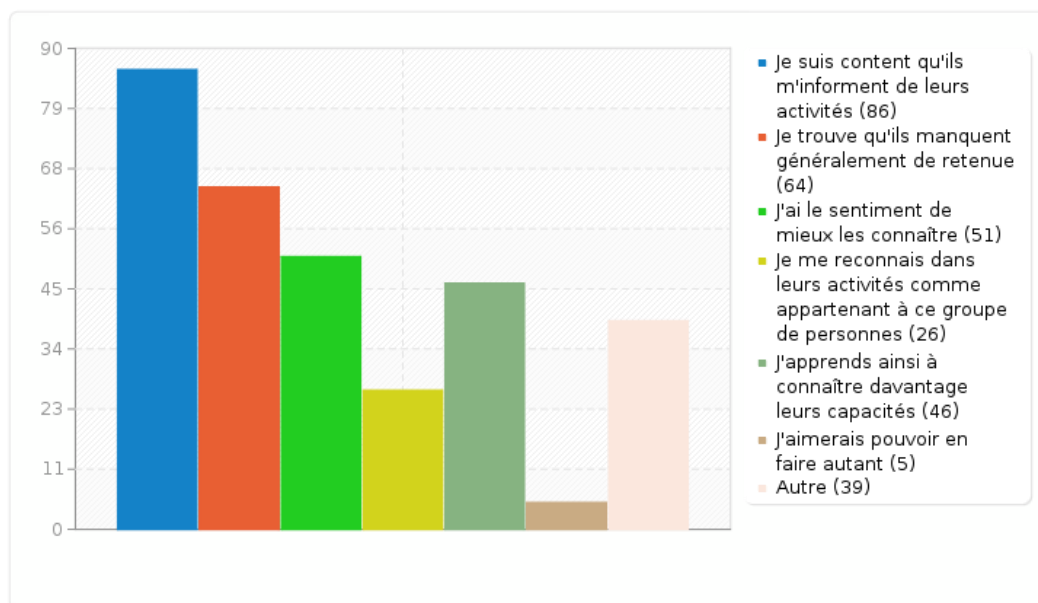
Réponses manuelles pour Autre:

Nouvelle activité
je n'utilise pas
rien
Promouvoir mon activité commerciale
Je ne vois pas trop l'utilité, à part les event et le tchat
retrouver des anciennes connaissances
néant
contact avec personnes à l'étranger
Rester en contact avec certaines de mes connaissances qui elles en sont friandes
Garder le contact
je n'utilise pas les réseaux sociaux
phénomène passager et passé
je publie ce qui pourrait intéresser mes élèves (prof secondaire supérieur)
Curiosité
APPRENDRE
raisons professionnelles (LinkedIn) : améliore la recherche de nouvelles missions.
parce que des personnes de mon entourage réel s'y trouvent
rester en contact avec des gens que je vois peu
Je n'utilise pas les réseaux sociaux
m'informer de l'actualité
N/A
Retrouver d'ancienne connaissance ALUMNI
je prépare un livre et je veux me servir des réseaux sociaux pour en faire sa promo dès sa parution (je suis auto-éditeur)
Distance avec mes amis (j'habite en Allemagne)
retrouver des connaissances perdue de vue

professionnel
Je n'ai aucune activité
maintenir le contact
/
aider parfois les autres
Je n'utilise pas
Je ne les utilise pas
Garder le contact
aucune
passer le temps
activité quasi nulle
Rester en contact
Partager mes valeurs
Curiosité pour le phénomène sociologique, pas pour le contenu (très pauvre).
Recherche activité / deal
Maintenir un lien, en complément du téléphone et des sms
Carnet d'adresse
Présence en ligne en cas de besoin futur
Garder contact avec des amis éloignés et famille
je sais pas
connaître les activités des autres
garder un contact, même léger, avec des amis perdus de vue / qui ont déménagé loin
ouverture, accès et partage aux informations professionnelles
avoir des nouvelles de proches habitants à l'étranger
Veille professionnelle
réseau professionnel
Retrouver des anciens amis/collègues

Quels sentiments ressentez-vous lorsque les autres publient des informations sur les réseaux sociaux?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je suis content qu'ils m'informent de leurs activités	86	35.83%
Je trouve qu'ils manquent généralement de retenue	64	26.67%
J'ai le sentiment de mieux les connaître	51	21.25%
Je me reconnais dans leurs activités comme appartenant à ce groupe de personnes	26	10.83%
J'apprends ainsi à connaître davantage leurs capacités	46	19.17%
J'aimerais pouvoir en faire autant	5	2.08%
Autre	39	16.25%



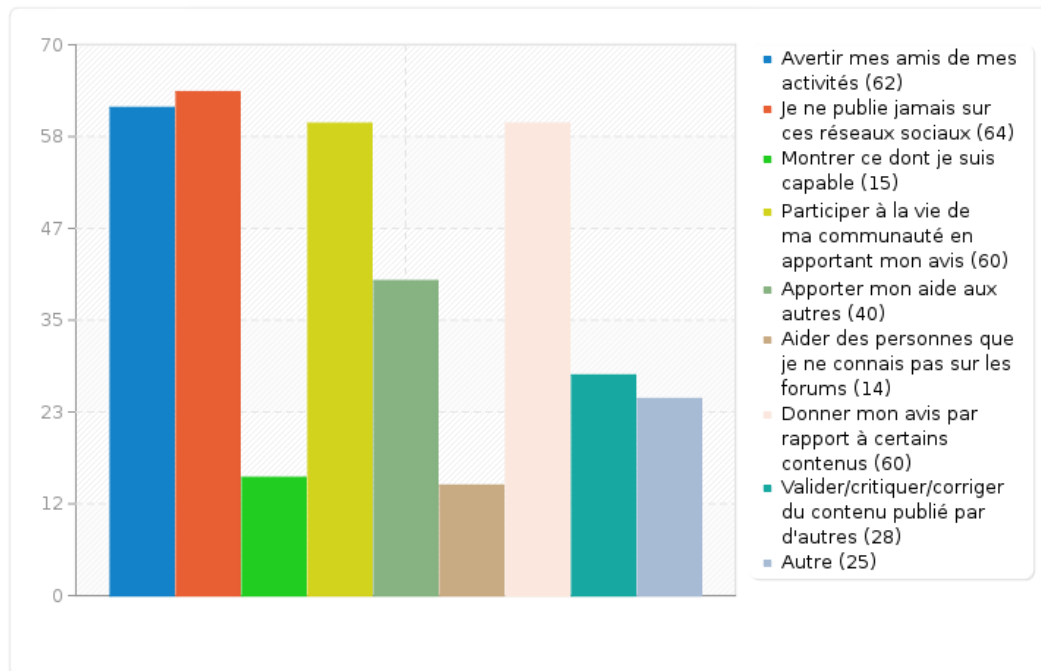
Réponses manuelles pour Autre:

nnn
informatif
Ca dépend de la personne...
Neutre
néant
fonction de l'info
Aucun sentiment particulier
n'utilisant pas les réseaux sociaux, je n'en ai pas connaissance
Trop de futilités
pas concerné
indifférent
aucun intérêt
aucun
Je ne suis pas très intéressés par les publications des autres
Je ne suis pas sur l'un ou l'autre réseau social. Il me semble en tout cas beaucoup de personnes qui y postent deviennent "addict" des réactions ou commentaires postés par les autres. Certains ont l'air frustré que personne ne réagisse à leurs production.
Parfois ça me consterne à cause des bêtises que je vois. Parfois ça me fait rire.
Je trouve qu'ils manquent parfois de retenue
J'ai l'impression que les gens ont besoin qu'on sache qu'ils existent et qu'on s'intéresse à eux.
sans avis
Je n'ai aucune activité
pas d'avis
J'y suis complètement indifférent

Je trouve cela inintéressant
souvent non intéressant
je n'en vois pas l'intérêt
aucun sentiment particulier
"Parlez-moi d'emoi, il n'y a que ça qui m'intéresse ..."
x
passe-temps
Ca m'est égal en général
sans réaction
rien de special
aucun sentiment en particulier
indifférent
trop d'infos tue l'info
partager une vision positive de la vie
La retenue est très variable d'un groupe à l'autre.
Je ne m'intéresse qu'aux questions/solutions par rapport à des problèmes professionnels ou techniques
pas de sentiment particulier
nnn
informatif
Ca dépend de la personne...
Neutre
néant
fonction de l'info
Aucun sentiment particulier
n'utilisant pas les réseaux sociaux, je n'en ai pas connaissance
Trop de futilités
pas concerné
indifférent
aucun intérêt
aucun

Quels buts poursuivez-vous en publiant sur les réseaux sociaux?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Avertir mes amis de mes activités	62	25.83%
Je ne publie jamais sur ces réseaux sociaux	64	26.67%
Montrer ce dont je suis capable	15	6.25%
Participer à la vie de ma communauté en apportant mon avis	60	25.00%
Apporter mon aide aux autres	40	16.67%
Aider des personnes que je ne connais pas sur les forums	14	5.83%
Donner mon avis par rapport à certains contenus	60	25.00%
Valider/critiquer/corriger du contenu publié par d'autres	28	11.67%
Autre	25	10.42%



Réponses manuelles pour Autre:

liens, videos, articles, blogs intéressants

kkk

je ne publie pas

Promouvoir mon activité commerciale

But professionnel

(ou très peu)

néant

Mais c'est très rare (style une entorse qui m'immobilise et donc pour ne pas inquiéter)

amusement

Etre présent

informer des sujets que je trouve intéressants

Poster quelque chose d'amusant ou d'intéressant pour les autres

N/A

Je n'ai aucune activité

/

avoir un moyen de communication direct à ma disposition

Participé à certains forums techniques il y a des années: aide / partage

Maintenir des contacts avec des amis

x

améliorer plan de carrière

faire rire mes contacts chez qui je publie ou informer sur certaines choses

Je publie très peu sur moi

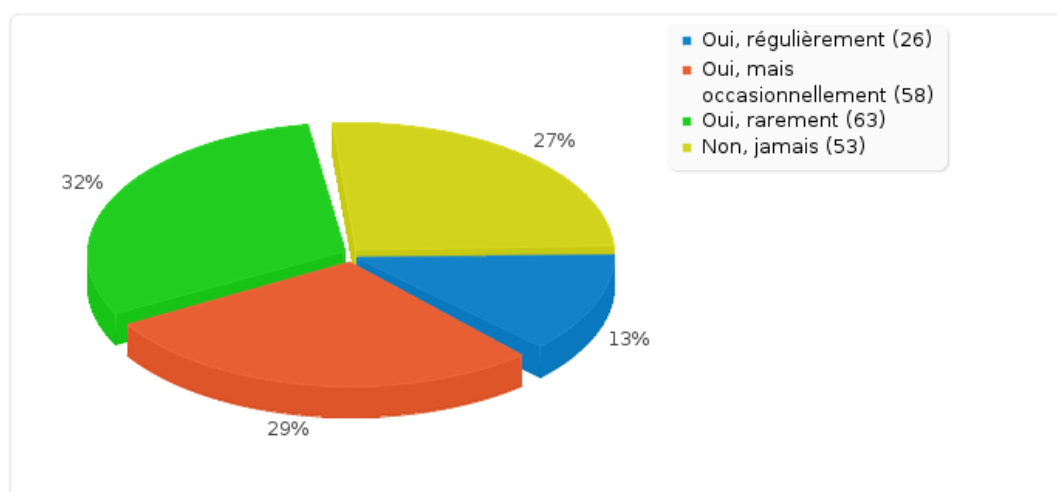
donner de mes nouvelles à des proches résidant à l'étranger

Veille professionnelle

Je publie uniquement sur un réseau professionnel (Linkedin)

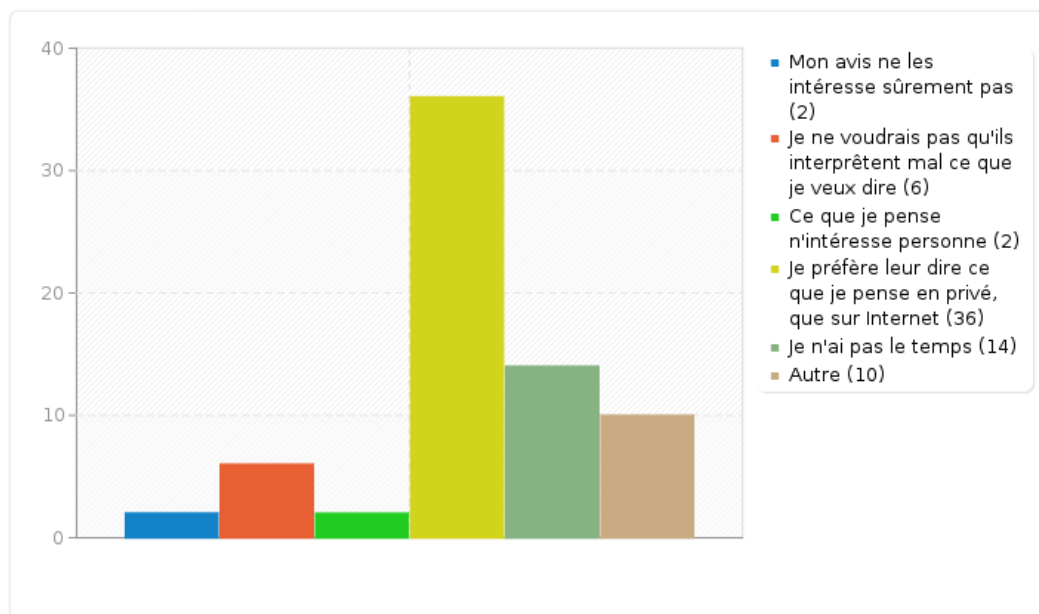
Postez-vous régulièrement des commentaires par rapport aux publications des autres?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui, régulièrement	26	13.00%
Oui, mais occasionnellement	58	29.00%
Oui, rarement	63	31.50%
Non, jamais	53	26.50%



Pourquoi ne commentez-vous jamais les publications des autres?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Mon avis ne les intéresse sûrement pas	2	0.83%
Je ne voudrais pas qu'ils interprètent mal ce que je veux dire	6	2.50%
Ce que je pense n'intéresse personne	2	0.83%
Je préfère leur dire ce que je pense en privé, que sur Internet	36	15.00%
Je n'ai pas le temps	14	5.83%
Autre	10	4.17%



Réponses manuelles pour Autre:

je n'utilise pas

Je ne publie jamais sur ces réseaux sociaux

Je n'ai aucune activité

Je n'en vois pas l'utilité

Je n'utilise pas

ce n'est pas moyen de communication privilégié

Manque d'intérêt.

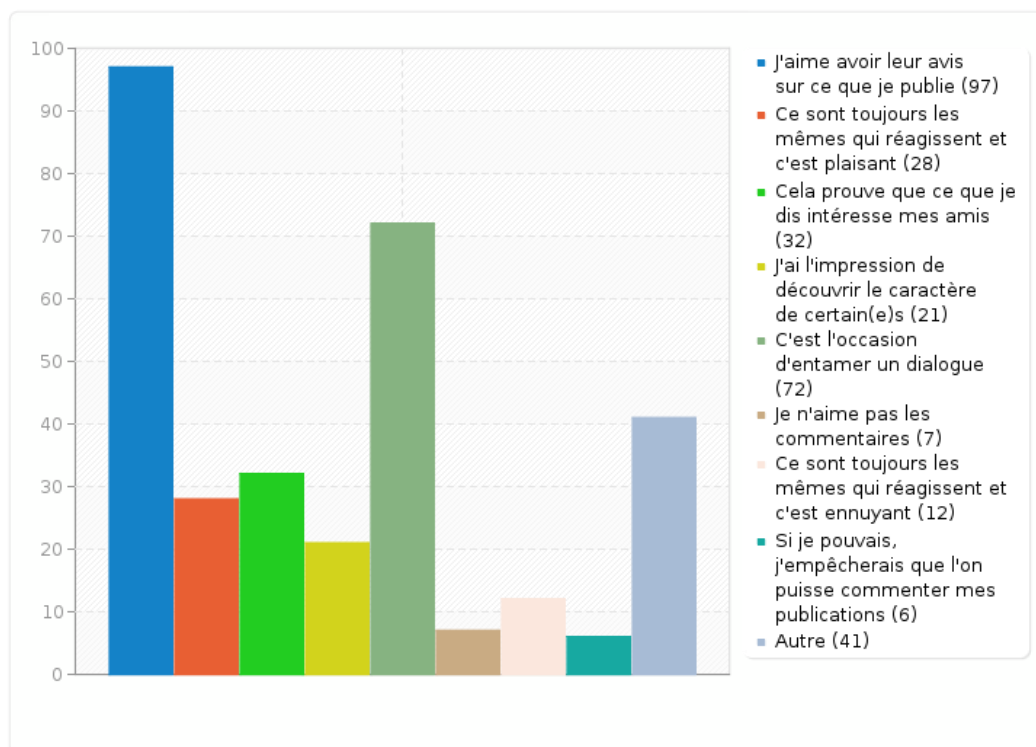
discretion professionnelle

Je n'en vois pas l'intérêt

je n'ai pas envie

Quel(s) sentiment(s) éprouvez-vous lorsque les autres commentent vos propres publications?

Réponse	Décompte	Pourcentage
J'aime avoir leur avis sur ce que je publie	97	40.42%
Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est plaisant	28	11.67%
Cela prouve que ce que je dis intéresse mes amis	32	13.33%
J'ai l'impression de découvrir le caractère de certain(e)s	21	8.75%
C'est l'occasion d'entamer un dialogue	72	30.00%
Je n'aime pas les commentaires	7	2.92%
Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est ennuyant	12	5.00%
Si je pouvais, j'empêcherais que l'on puisse commenter mes publications	6	2.50%
Autre	41	17.08%



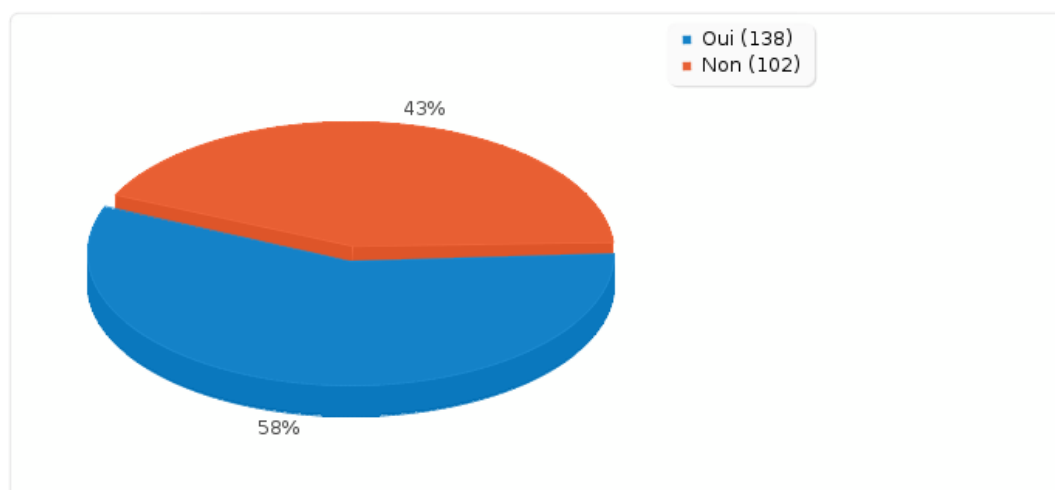
Réponses manuelles pour Autre:

rarement intéressant
je ne publie pas
Pas de publication
je n'utilise pas
je ne publie pas
Neutre
je publie trop peu pour avoir des commentaires
pas de publication
pas de publication
Je ne lis pratiquement jamais pas les commentaires
n'utilisant pas les réseaux sociaux, je n'en ai pas connaissance
Qu'en pensent-ils vraiment ?
pas toujours positif
je ne publie pas
Je ne publie jamais sur ces réseaux sociaux
Ne publie pas...
je ne publie rien -> pas de commentaires
Précisions : les publications dont il est question ici ne sont pas sur des réseaux sociaux.
N/A

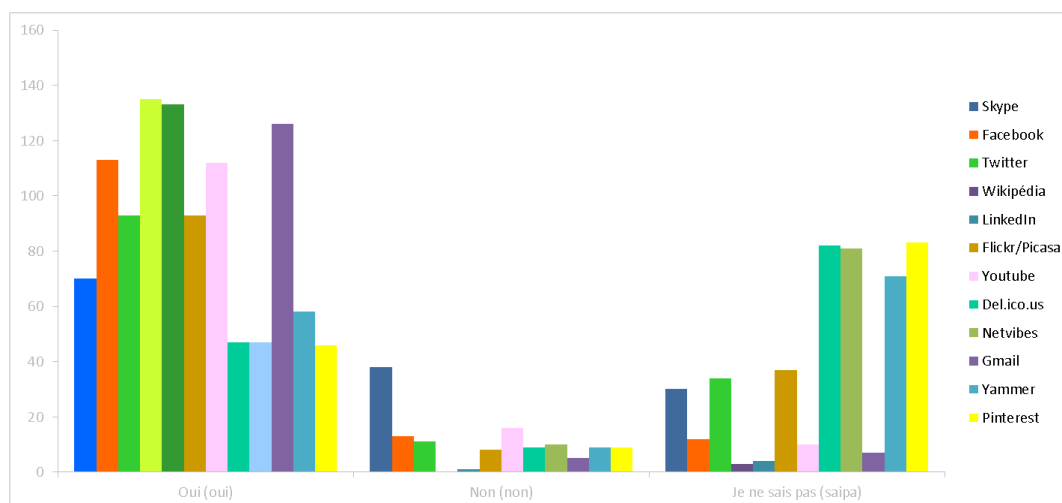
ce sont toujours les même qui réagissent. Je m'interroge du pourquoi
je ne publie pas sur les réseaux
Je n'ai aucune activité
pas d'avis
je ne publie pas
comme je ne publie rien, je n'ai pas de commentaire!
Je ne publie rien
n/a
je ne publie pas
je n'ai aucune activité sur ma page
Parfois le commentaire est simple (Like), parfois un vrai débat s'engage. Si c'est constructif, je trouve ça positif.
Je ne publie rien
Je ne publie pas.
NA
je ne publie rien
je ne publie pas
(pas eu ce type d'expérience avec LinkedIn)
Sans avis, je publie trop peu
?
not applicable
Echange en vue de développement personnel
je ne publie pas

Votre entreprise vous permet-elle d'accéder aux réseaux sociaux depuis votre poste de travail (PC professionnel)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	138	57.50%
Non	102	42.50%

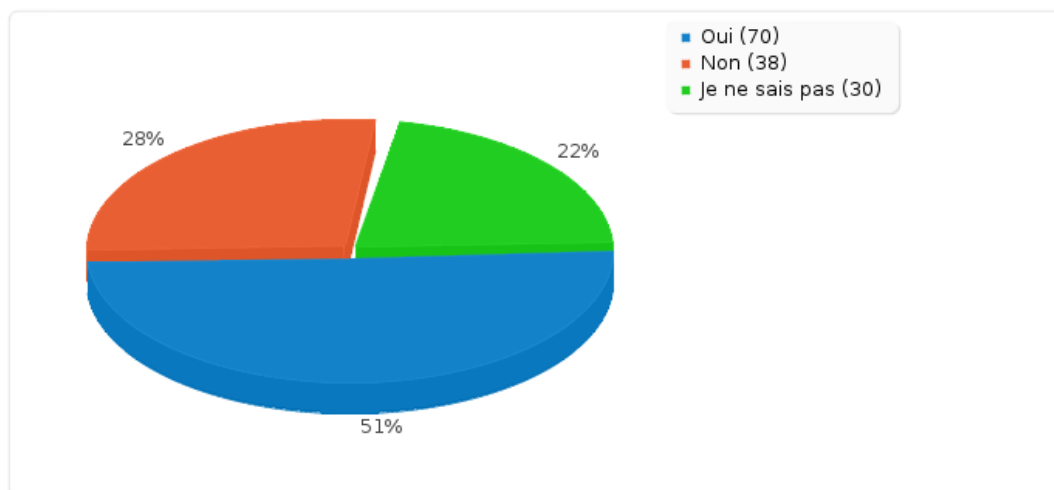


Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau?						
Réponse	Skype	Facebook	Twitter	Wikipédia	LinkedIn	Flickr/Picasa
Oui	70	113	93	135	133	93
Non	38	13	11	0	1	8
Je ne sais pas	30	12	34	3	4	37
	Youtube	Del.icio.us	Netvibes	Gmail	Yammer	Pinterest
Oui	112	47	47	126	58	46
Non	16	9	10	5	9	9
Je ne sais pas	10	82	81	7	71	83



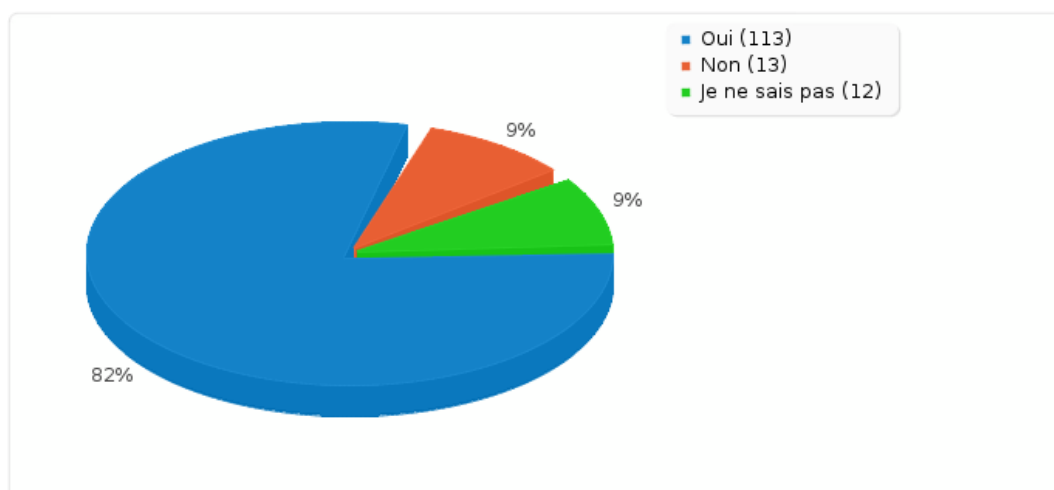
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Skype/Msn]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	70	50.72%
Non	38	27.54%
Je ne sais pas	30	21.74%



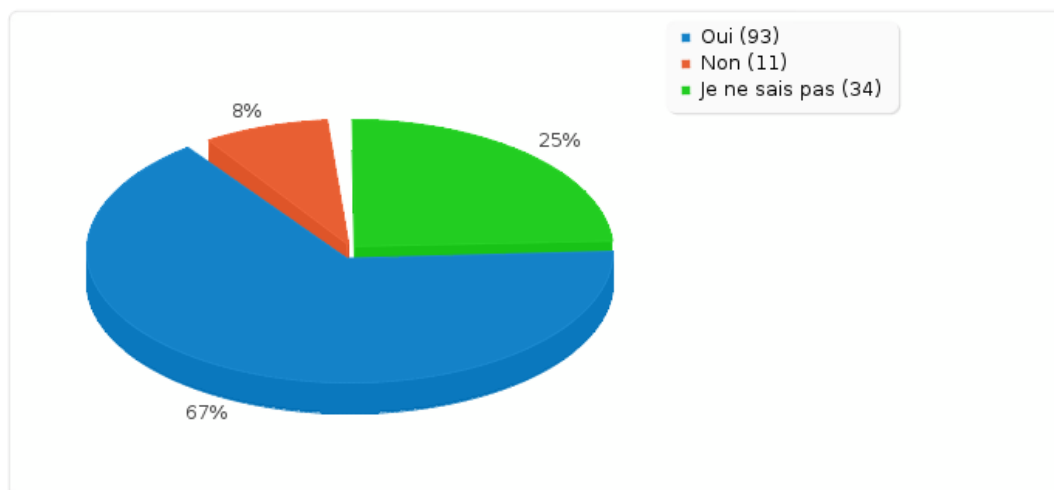
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Facebook]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	113	81.88%
Non	13	9.42%
Je ne sais pas	12	8.70%



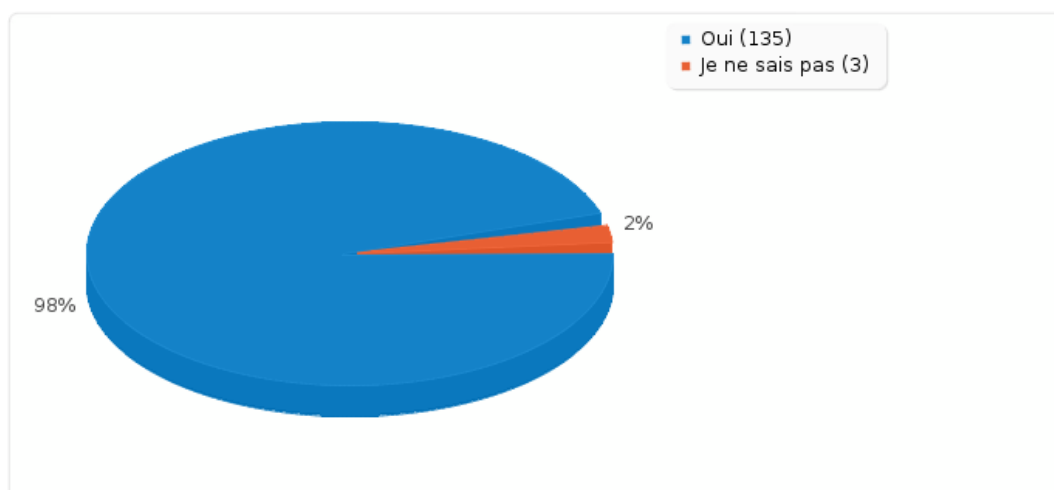
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Twitter]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	93	67.39%
Non	11	7.97%
Je ne sais pas	34	24.64%



Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Wikipédia]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	135	97.83%
Non	0	0.00%
Je ne sais pas	3	2.17%



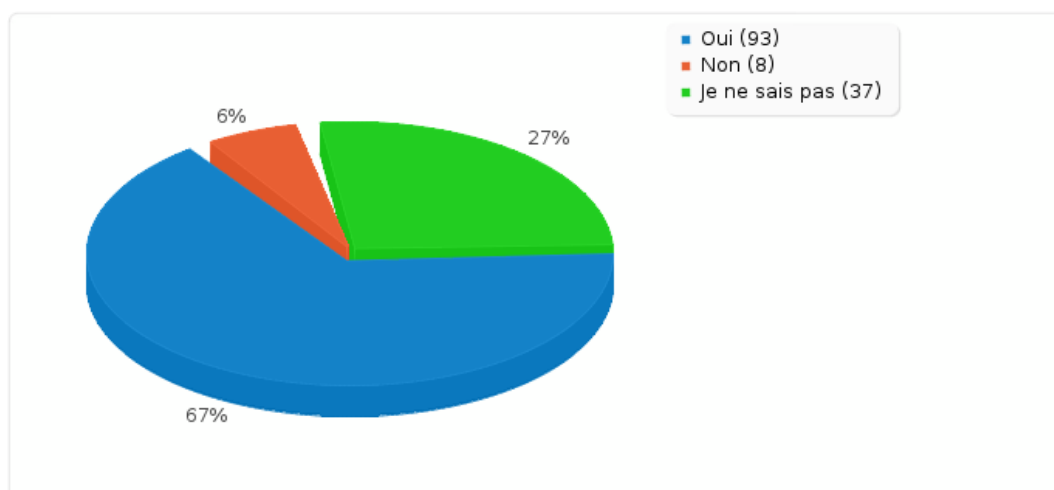
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Linkedin]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	133	96.38%
Non	1	0.72%
Je ne sais pas	4	2.90%



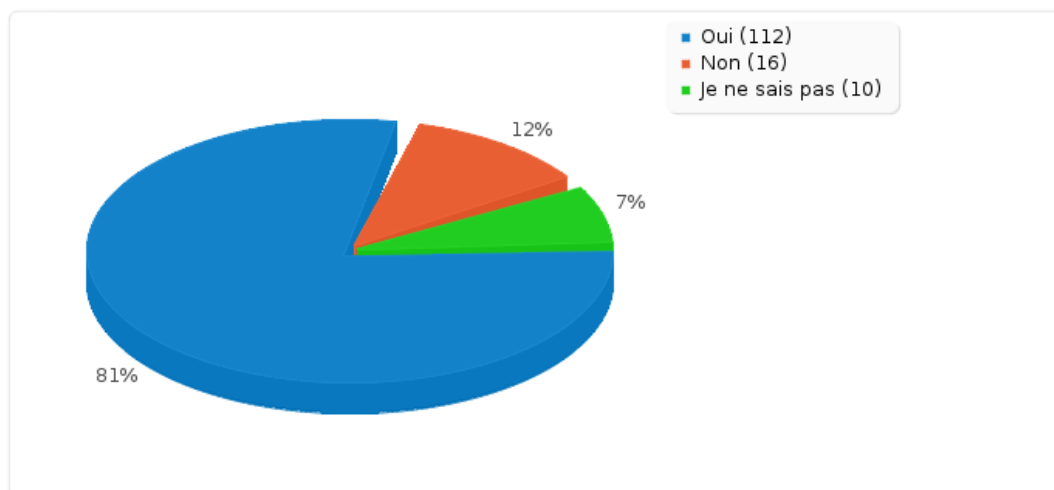
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Flickr/Picasa]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	93	67.39%
Non	8	5.80%
Je ne sais pas	37	26.81%



Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [YouTube]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	112	81.16%
Non	16	11.59%
Je ne sais pas	10	7.25%



Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Del.icio.us]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	47	34.06%
Non	9	6.52%
Je ne sais pas	82	59.42%



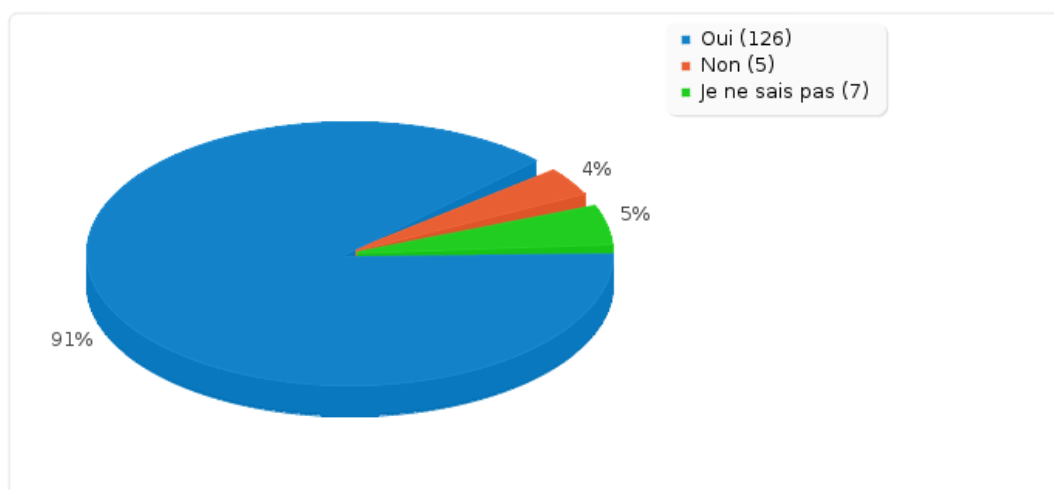
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Netvibes]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	47	34.06%
Non	10	7.25%
Je ne sais pas	81	58.70%



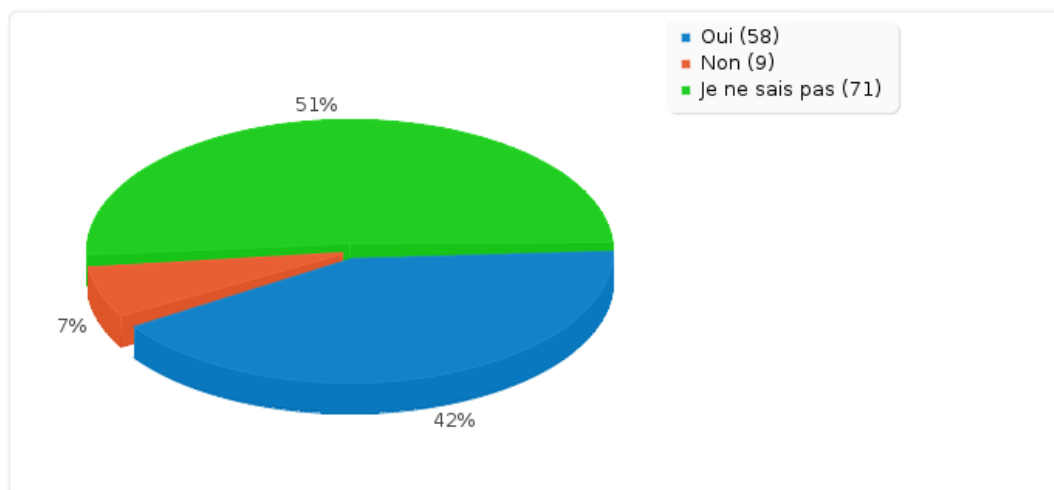
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Gmail]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	126	91.30%
Non	5	3.62%
Je ne sais pas	7	5.07%



Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Yammer]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	58	42.03%
Non	9	6.52%
Je ne sais pas	71	51.45%



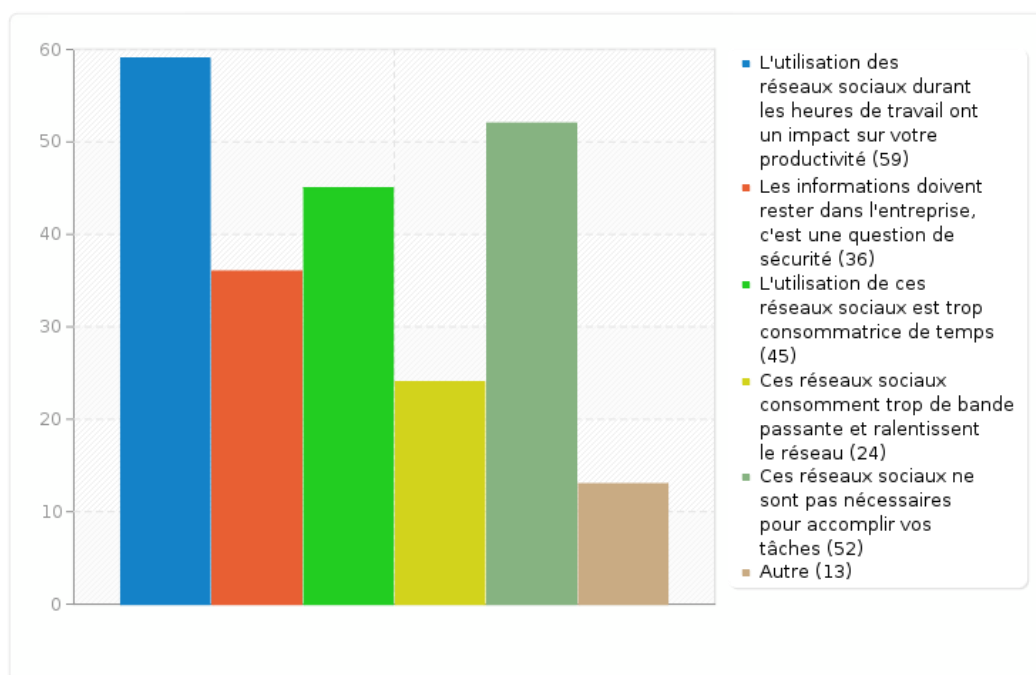
Lesquels parmi ces réseaux sociaux sont accessibles depuis votre poste de travail au bureau? [Pinterest]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	46	33.33%
Non	9	6.52%
Je ne sais pas	83	60.14%



Quels arguments l'entreprise a-t-elle avancés pour ne pas vous laisser accès à ces réseaux sociaux depuis votre poste de travail (PC professionnel)?

Réponse	Décompte	Pourcentage
L'utilisation des réseaux sociaux durant les heures de travail ont un impact sur votre productivité	59	24.58%
Les informations doivent rester dans l'entreprise, c'est une question de sécurité	36	15.00%
L'utilisation de ces réseaux sociaux est trop consommatrice de temps	45	18.75%
Ces réseaux sociaux consomment trop de bande passante et ralentissent le réseau	24	10.00%
Ces réseaux sociaux ne sont pas nécessaires pour accomplir vos tâches	52	21.67%
Autre	13	5.42%



Réponses manuelles pour Autre:

sais pas

aucune idée

utilisation du PC qu'à des fins professionnels

pas de raison donnée

Les accès internet sont limités et contrôlés

internet = le mal !

Je ne sais pas

pas d'entreprise

réseaux sociaux bloqués

l'école censure les réseaux sociaux

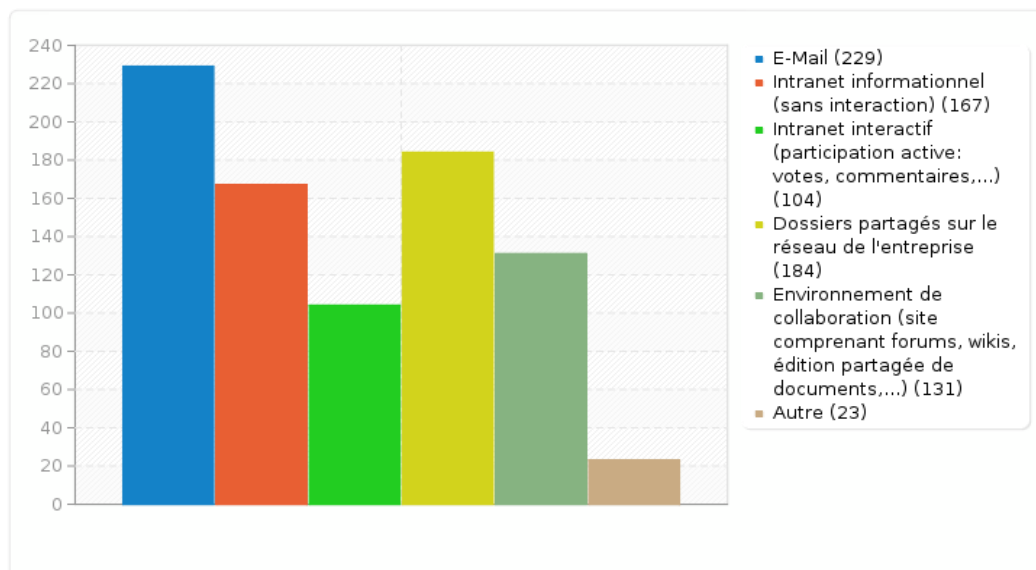
etudiant

je n'ai pas d'entreprise

pas d'entreprise

Quel(s) Groupware(s) (=outil(s) de collaboration) votre entreprise met-elle à votre disposition?

Réponse	Décompte	Pourcentage
E-Mail	229	95.42%
Intranet informationnel (sans interaction)	167	69.58%
Intranet interactif (participation active: votes, commentaires,...)	104	43.33%
Dossiers partagés sur le réseau de l'entreprise	184	76.67%
Environnement de collaboration (site comprenant forums, wikis, édition partagée de documents,...)	131	54.58%
Autre	23	9.58%



Réponses manuelles pour Autre:

Sharepoint

IM

Video + WebEx

serveur de chat, blogs internes

chat permettant de communiquer entre nous dont je ne me rappelle plus le nom

Yammer

svn

Messagerie instantanée

Yammer

Enquêtes, petites annonces, revue de presse

CRM

Je suis pensionné

blogs internes

buzz, Yammer (réseaux sociaux d'entreprise)

exchange

Communicator

GESS, BUGZILLA, prochainement SHAREPOINT

yammer

pas d'entreprise

etudiant

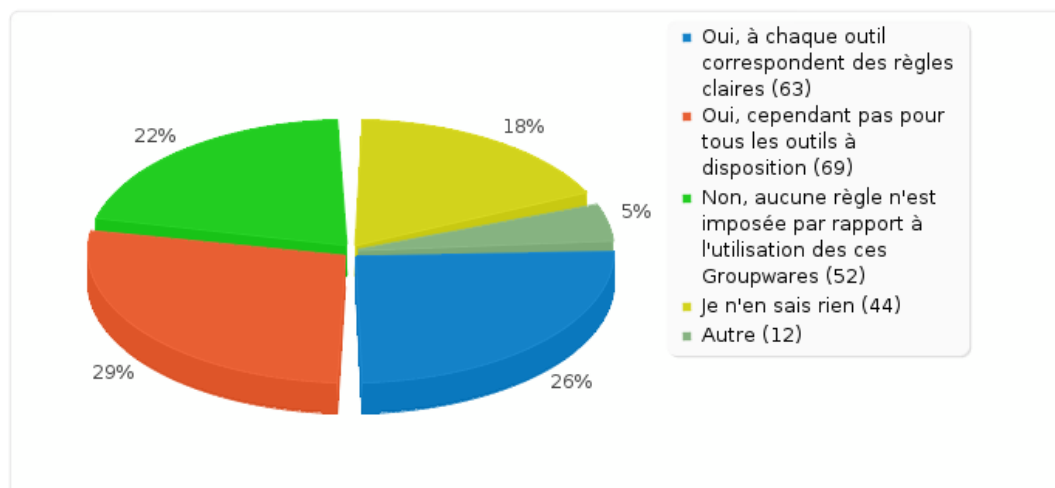
je n'ai pas d'entreprise

pas d'entreprise

messagerie instantanée

Au sein de votre entreprise, existe-t-il des règles claires pour l'utilisation de ces Groupwares?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui, à chaque outil correspondent des règles claires	63	26.25%
Oui, cependant pas pour tous les outils à disposition	69	28.75%
Non, aucune règle n'est imposée par rapport à l'utilisation des ces Groupwares	52	21.67%
Je n'en sais rien	44	18.33%
Autre	12	5.00%

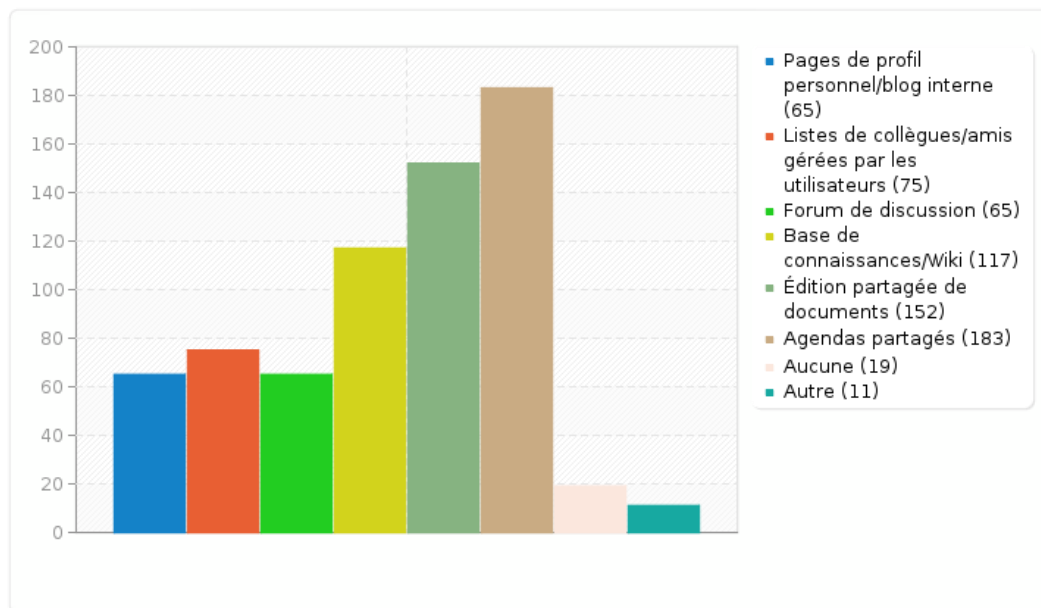


Réponses manuelles pour Autre:

uniquement but professionnel
Oui, mais les règles sont implicites plutôt qu'explicites
Quotas d'utilisation
Je suis pensionné
une politique est en train de se mettre en place
Les règles d'utilisation s'appliquent à toute ressource informatique, pas seulement les groupwares
pas d'entreprise
etudiant
je n'ai pas d'entreprise
pas d entreprise
sans objet
uniquement but professionnel

Parmi les fonctionnalités suivantes, quelles sont celles utilisées au sein de l'entreprise?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Pages de profil personnel/blog interne	65	27.08%
Listes de collègues/amis gérées par les utilisateurs	75	31.25%
Forum de discussion	65	27.08%
Base de connaissances/Wiki	117	48.75%
Édition partagée de documents	152	63.33%
Agendas partagés	183	76.25%
Aucune	19	7.92%
Autre	11	4.58%

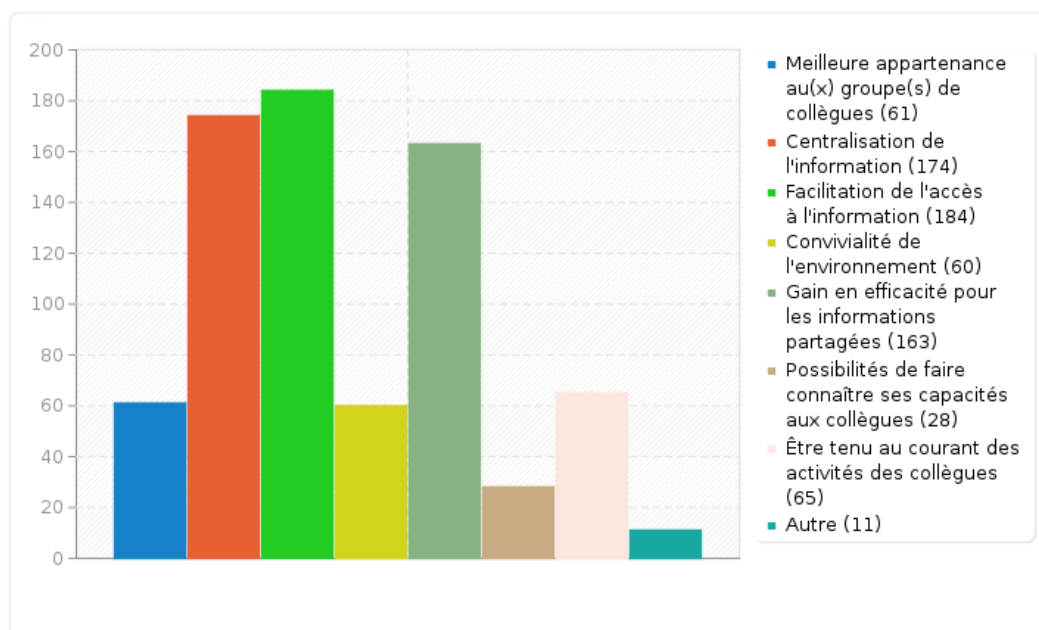


Réponses manuelles pour Autre:

sharepoint
Sharepoint
pas vraiment au courant
liste téléphonique
Je suis pensinné
Yammer
Chat, VoIP, ...
pas d'entreprise
etudiant
je n'ai pas d'entreprise
pas d entreprise

Quel(s) avantage(s) voyez-vous à l'utilisation de tels outils au sein de votre entreprise?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Meilleure appartenance au(x) groupe(s) de collègues	61	25.42%
Centralisation de l'information	174	72.50%
Facilitation de l'accès à l'information	184	76.67%
Convivialité de l'environnement	60	25.00%
Gain en efficacité pour les informations partagées	163	67.92%
Possibilités de faire connaître ses capacités aux collègues	28	11.67%
Être tenu au courant des activités des collègues	65	27.08%
Autre	11	4.58%



Réponses manuelles pour Autre:

Aucun

aucune

non pratiqué, je n'ai pas d'avis réel

potentiel non identifié

néant

Aucune idée

pas d'entreprise

etudiant

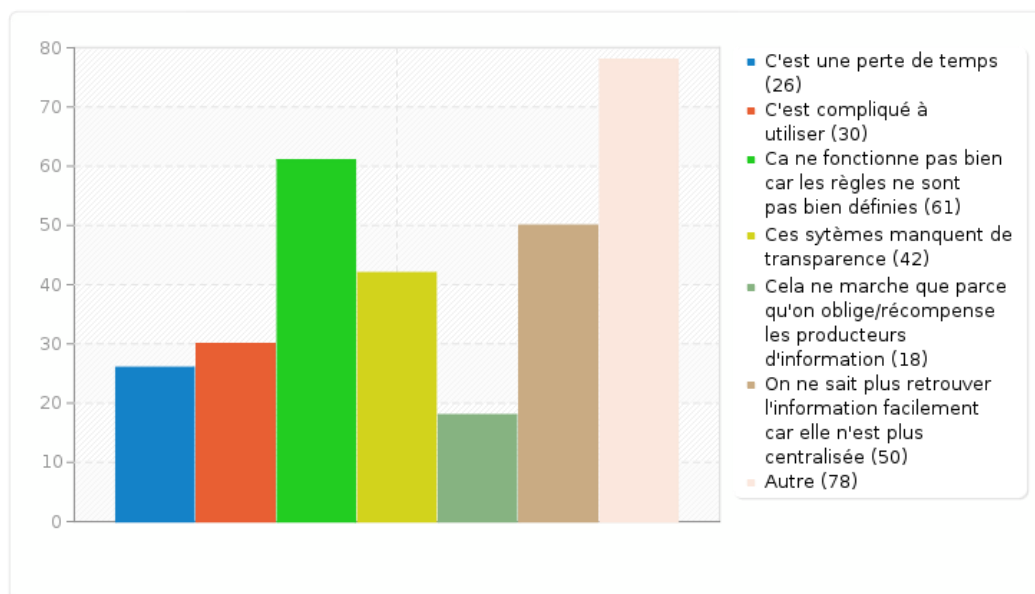
je n'ai pas d'entreprise

pas d'entreprise

Conservation de traces pour les nouveaux collègues ou responsables

Quel(s) inconvénient(s) trouvez-vous à l'utilisation de ces Groupwares?

Réponse	Décompte	Pourcentage
C'est une perte de temps	26	10.83%
C'est compliqué à utiliser	30	12.50%
Ca ne fonctionne pas bien car les règles ne sont pas bien définies	61	25.42%
Ces systèmes manquent de transparence	42	17.50%
Cela ne marche que parce qu'on oblige/récompense les producteurs d'information	18	7.50%
On ne sait plus retrouver l'information facilement car elle n'est plus centralisée	50	20.83%
Autre	78	32.50%



Réponses manuelles pour Autre:

pas d'inconvénient à signaler

Aucun inconvénient

peu de gens jouent le jeu

nécessite des règles claires suivies par tous

.

Aucun

-

Pas d inconvénient

demande une initiation

néant

pas d'inconvénients

Certains outils prennent du temps d'autres en font gagner

Les règles sont définies mais si compliquées....

je ne sais pas

.

aucun

Manque d'organisation, redondances

je n'ai pas l'impression que les points précédents sont des inconvénients à l'utilisation de ces groupwares, je n'en voit pas vraiment d'autre et il faut obligatoirement répondre à cette question...

/

privacy laws

Aucune

pas de problème

non pratiqué, je n'ai pas d'avis réel

néant
C'est un surcroit de travail
aucun
Parfois trop administratif et difficile à utiliser
Je ne m'en sers pas assez pour pouvoir juger
c'est souvent du "nice to have"
néant
Lenteur
Pas de garantie que les destinataires de l'information publiée vont la lire
ce n'est pas suffisamment utilisé. Par conséquent, de nombreuses informations ne s'y trouvent pas.
Ca fonctionne bien malgré le manque de règle, mais il en faudrait pour réguler l'organisation des choses (ce qui se fait de manière informelle entre collègue)
intranet documentaire peu performant, poru cause de permission model trop lourd
Tout est fonction du cadre de gestion du Wiki, l'info tue l'info
le systeme d'edtion en ligne fait perdre beaucoup de temps en terme de mise en page lors d'information complexe
-
pas d'avis tranché
trop d'info, partage fait à des groupes non concernés
gouvernance difficile, voire impossible
trop limité
pas d'avis
ca va
x
Pas d'inconvénients...
Pas vraiment d'inconvénients
aucun
Je n'en voit pas vraiment
nil
pas d'inconvénient
pas d'inconvénient
pas d'inconvénient particulier
pas d'inconvénient
La formation des collègues est trop sommaire ==> tout le monde ne l'utilise pas les fonctionnalités de façon à ce que ce soit plus efficace (ex : tags...)
prend du temps
Aucun
La multiplicité des groupwares facilite et complexifie en même temps l'accès à l'info : on sait qu'elle y est, mais on ne sait pas toujours où précisément !
Dispersion de l'information
Trop de systèmes semblables co-existent (Sharepoint, Confluence, Page web faites à la main etc)
x
tout le monde ne l'utilise pas (pas obligé, pas motivé)
pas toujours adapté (ex: SharePoint est très limité au niveau fonctionnalités)
?
pas d'entreprise
pas d'avis
etudiant
je n'ai pas d'entreprise
pas d entreprise
pas dans notre cas (petite société, 3 employés)
pas d'inconvénient
Entraîne plus de controle de la hiérarchie
difficile que tout soit toujours à jour
Aucune

kl'implication d'une majorité

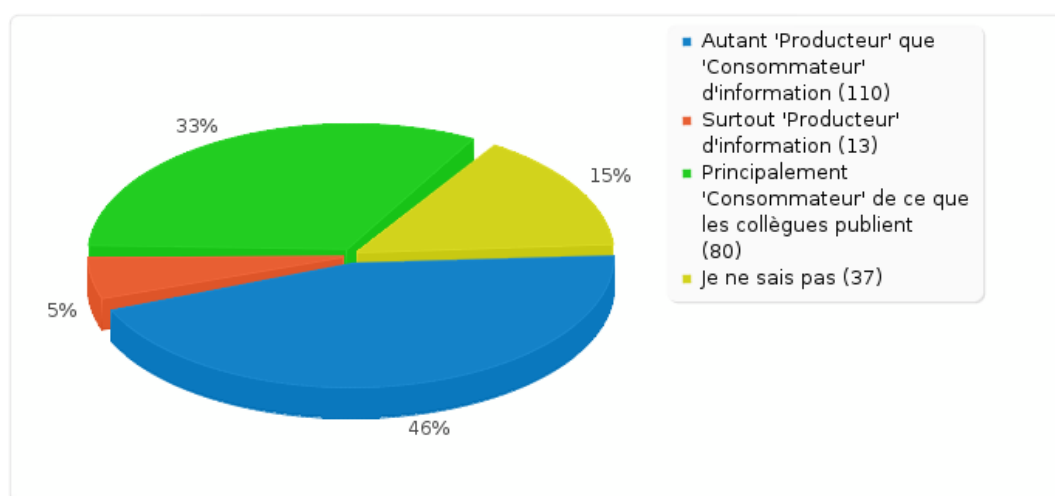
Je ne vois pas d'inconvénient

On passe de plus en plus de temps face à son écran et plus assez en discussion face à face avec les gens

pas inconvénient

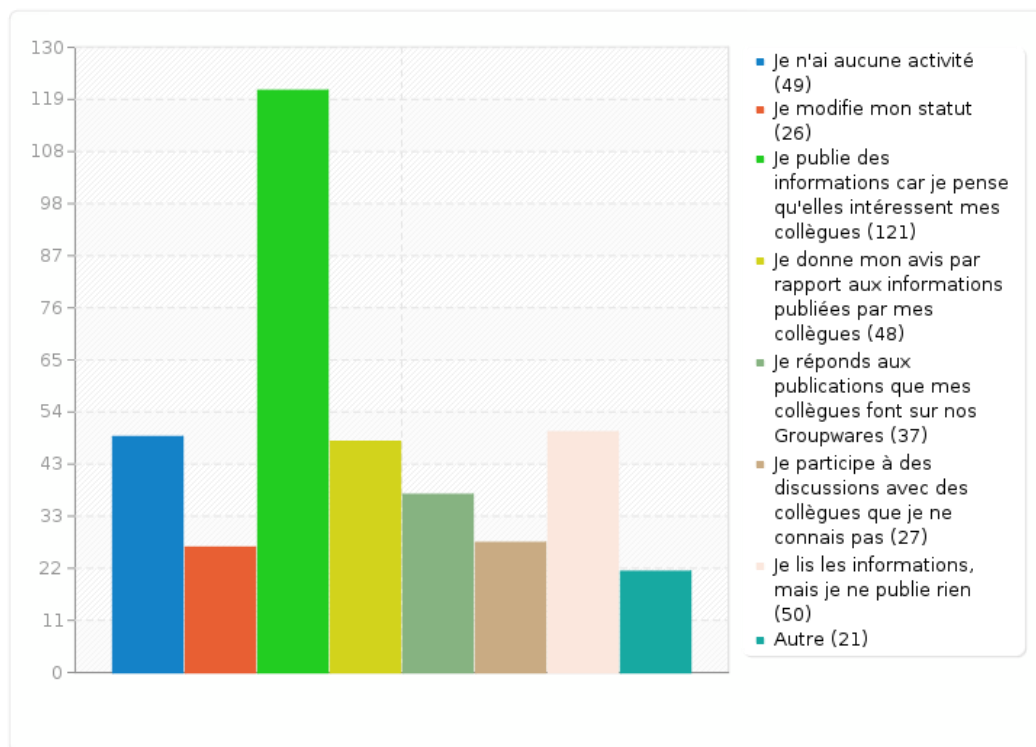
Comment définiriez vous votre attitude sur les Groupwares de votre entreprise?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Autant 'Producteur' que 'Consommateur' d'information	110	45.83%
Surtout 'Producteur' d'information	13	5.42%
Principalement 'Consommateur' de ce que les collègues publient	80	33.33%
Je ne sais pas	37	15.42%



Qu'avez-vous comme activité(s) sur les Groupwares mis à votre disposition?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai aucune activité (SQ000)	49	20.42%
Je modifie mon statut	26	10.83%
Je publie des informations car je pense qu'elles intéressent mes collègues	121	50.42%
Je donne mon avis par rapport aux informations publiées par mes collègues	48	20.00%
Je réponds aux publications que mes collègues font sur nos Groupwares	37	15.42%
Je participe à des discussions avec des collègues que je ne connais pas	27	11.25%
Je lis les informations, mais je ne publie rien	50	20.83%
Autre	21	8.75%



Réponses manuelles pour Autre:

Il n'y a pas de groupware... question mal formulée

Sharepoint, juste documents et gestion webpage

workflows de validation, gestion de configuration

je participe à la publication des informations de la société

une part centrale de mon activité consiste à documenter mon travail à travers les outils de communication interne de l'entreprise

activités professionnelles uniquement

pas de groupware

pas de groupware dans mon entreprise uniquement intranet informatif

usage professionnel exclusivement

Integrated Project Management System

création de base de connaissances et de sessions d'éducation

suivant l'objectif du groupware

/

Je publie c'est la règle

je publie et je lis les informations, cela dépend du contexte

je commence seulement avec sharpoint

il n'y a pas de groupware

En tant que responsable de la communication, je produis un grand nombre d'infos

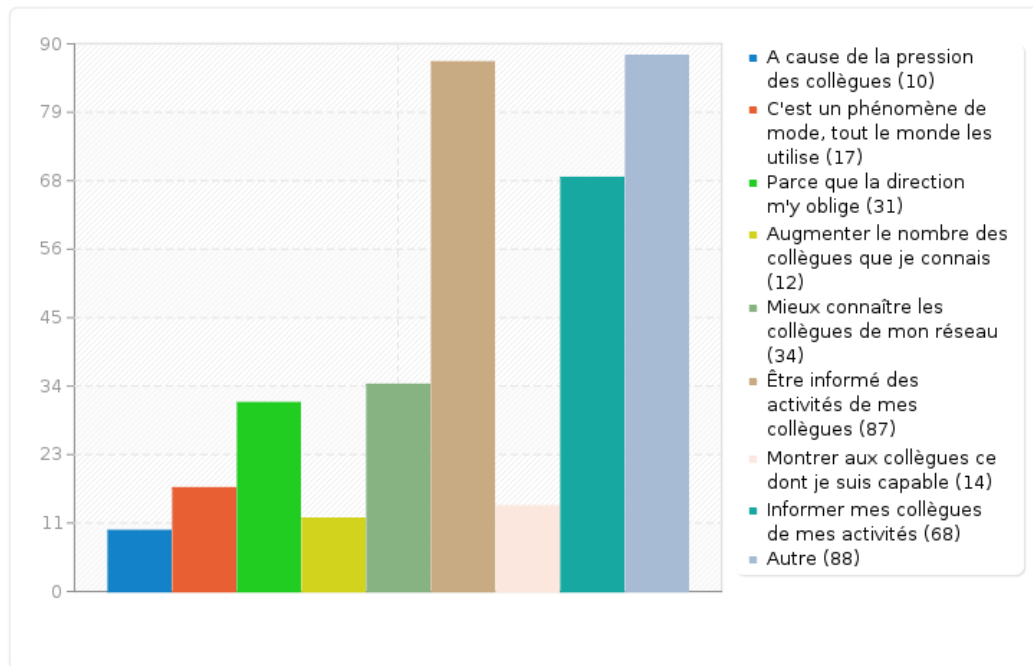
Documentation du travail et des solutions développées par mon équipe

aucun avis

C'est plus des outils de travail / partage de données

Quelles sont les raisons qui vous poussent à utiliser les Groupwares à disposition?

Réponse	Décompte	Pourcentage
A cause de la pression des collègues	10	4.17%
C'est un phénomène de mode, tout le monde les utilise	17	7.08%
Parce que la direction m'y oblige	31	12.92%
Augmenter le nombre des collègues que je connais	12	5.00%
Mieux connaître les collègues de mon réseau	34	14.17%
Être informé des activités de mes collègues	87	36.25%
Montrer aux collègues ce dont je suis capable	14	5.83%
Informer mes collègues de mes activités	68	28.33%
Autre	88	36.67%



Réponses manuelles pour Autre:

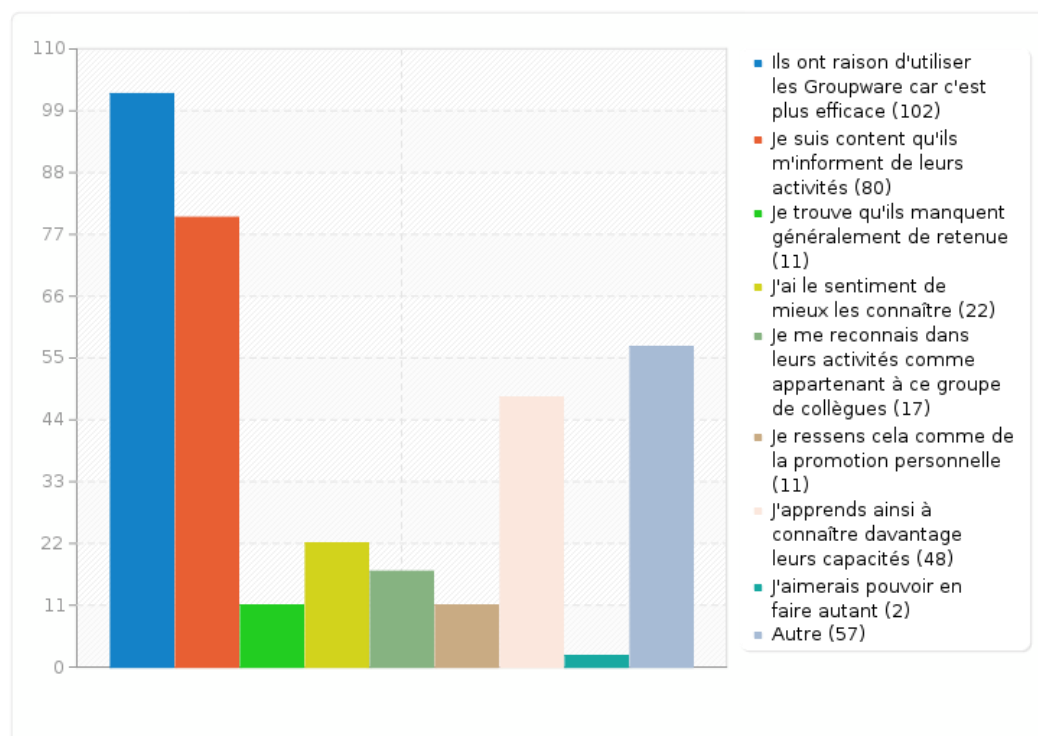
Acces a l'information
m'informer
augmenter l'efficacité
je n'utilise pas
travail collaboratif
je n'utilise pas
Il n'y a pas de groupware... question mal formulée
Sharepoint, juste documents et gestion webpage
efficacité du travail
1
néant
recherche d'informations
standard de documentation
partage d'infos
partager les documents de travaux et bénéficier de l'apport de tous
pas de groupware !
je ne publie pas
.
info d'utilité "publique"
groupwares peu ou pas développés
être informé
Faire mon travail

Utilité professionnelle
Assurer un échange d'information
Il s'agit essentiellement de documentation: c'est une nécessité autant pour moi que pour mes collègues
Besoin d'information business
moyen de communication
C'est un centre d'informations et permet de communiquer entre collègues
activités professionnelles
pas de groupware
NA
néant
Pour documenter les sujets abordés
Très peu d'utilité jsuqu'à présent
pas de groupware dans mon entreprise uniquement intranet informatif
partager efficacement l'information
partage / centralisation de documentation / infos professionnelles uniquement
aucune
documentation de projet
Je n'utilise pas de SW style Yammer mais bien tout le reste.
c'est un bon moyen de partager ses connaissances et former ses collègues
recevoir l'info
Pour collaborer ensemble sur plusieurs travaux quand on a des horaires différents
De manière générale, ces outils sont fort peu "web 2.0 oriented"
Gestion de projet commun
je suis la direction
non utilisateur
Recherche de l'info
comme outil de travail
na
Echange d'informations
s'informer de l'actualité de l'entreprise, de l'évolution de la documentation...
Le partage d'information ne fonctionne que si tout le monde joue le jeu.
Je trouve cela plus pratique
Partager l'information et augmenter l'efficacité
n
outil de travail interne
partage info
très utile pour le travail
collaboration via outils informatiques
Partager des informations qui peuvent être utiles à mes collègues
na
C'est mon travail
néant
Partage de la connaissance
Partager l'information, pour mieux travailler ensemble
partager des connaissances
je commence seulement à utiliser Sharpoint
x
Prise de connaissance de ce qui est publié
Un réel travail collaboratif existe autour d'outils comme GESS et BUGZILLA
NA
il n'y a pas de groupware
Informé, partager de l'info, faire participer
C'est juste plus efficace
facilite le travail
fournir de la documentation

Sans objet
recherche d'informations
Je ne publie pas
pas de groupwares
informations
partage des données, efficacité
Produire des document(ation)s clair(e)s et facilement accessibles
Parce que les gens qui ont l'info dont j'ai besoin les utilisent
Mises à dispo de re-usable
communications plus rapides
pas de raison

Quels sentiments ressentez-vous lorsque vos collègues publient des informations sur les Groupwares à disposition?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Ils ont raison d'utiliser les Groupware car c'est plus efficace	102	42.50%
Je suis content qu'ils m'informent de leurs activités	80	33.33%
Je trouve qu'ils manquent généralement de retenue	11	4.58%
J'ai le sentiment de mieux les connaître	22	9.17%
Je me reconnais dans leurs activités comme appartenant à ce groupe de collègues	17	7.08%
Je ressens cela comme de la promotion personnelle	11	4.58%
J'apprends ainsi à connaître davantage leurs capacités	48	20.00%
J'aimerais pouvoir en faire autant	2	0.83%
Autre	57	23.75%



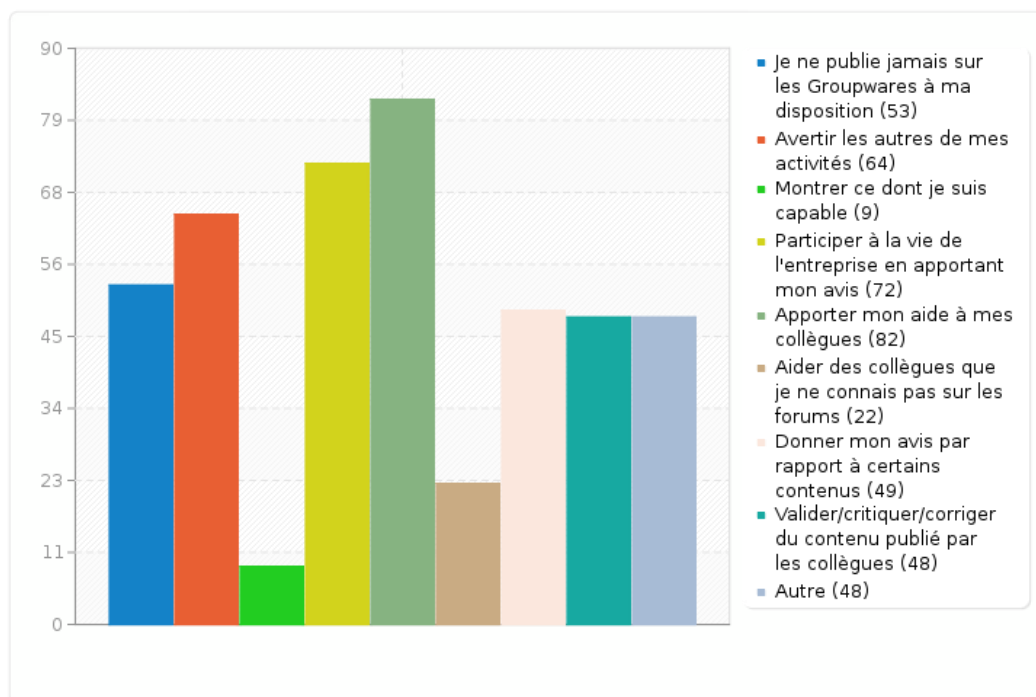
Réponses manuelles pour Autre:

na
Aucun
aucune idée
je n'utilise pas

je n'utilise pas
Il n'y a pas de groupware... question mal formulée
Sharepoint, juste documents et gestion webpage
pas d'avis
2
rien de personnel dans les infos publiées. Cela ne met pas en avant un collègue plutôt qu'un autre
aucun sentiment
partage d'infos
d'après ces questions, je pense qu'il ne s'agit pas de groupware
.
groupwares peu ou pas développés
aucun
aucun sentiment
Plutôt orienté professionnel
moyen de communication
activités professionnelles, pas de sentiments
pas de groupware
NA
cela prend un temps fou et n'est pas toujours utile
aucun
L'information est mieux partagée
aucun
pas de groupware dans mon entreprise uniquement intranet informatif
c'est purement pour échanger des informations professionnelles...
Ca ne m'intéresse pas
aucun
Je ne m'intéresse au SW Yammer.
N/A
Je trouve ça bien souvent inutile et/ou ridicule
Gestion de projet exclusivement, rien de social
non utilisateur
rien car très limité
na
Néant
C'est une perte de temps.
outil de travail interne
uniquement à caractère professionnel, donc aucun sentiment
Je trouve certaines informations utiles et d'autres complètement inutiles
na
néant
je commence seulement avec sharepoint
x
L'utilisation est strictement professionnelle
NA
il n'y a pas de groupware
je préfère PARLER
je ne sais pas
Je n'utilise pas de Groupwares
pas de groupwares
pas d'avis
aucun
pas d'avis
pas de sentiment

Quels buts poursuivez-vous en utilisant les Groupwares à disposition?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je ne publie jamais sur les Groupwares à ma disposition	53	22.08%
Avertir les autres de mes activités	64	26.67%
Montrer ce dont je suis capable	9	3.75%
Participer à la vie de l'entreprise en apportant mon avis	72	30.00%
Apporter mon aide à mes collègues	82	34.17%
Aider des collègues que je ne connais pas sur les forums	22	9.17%
Donner mon avis par rapport à certains contenus	49	20.42%
Valider/critiquer/corriger du contenu publié par les collègues	48	20.00%
Autre	48	20.00%



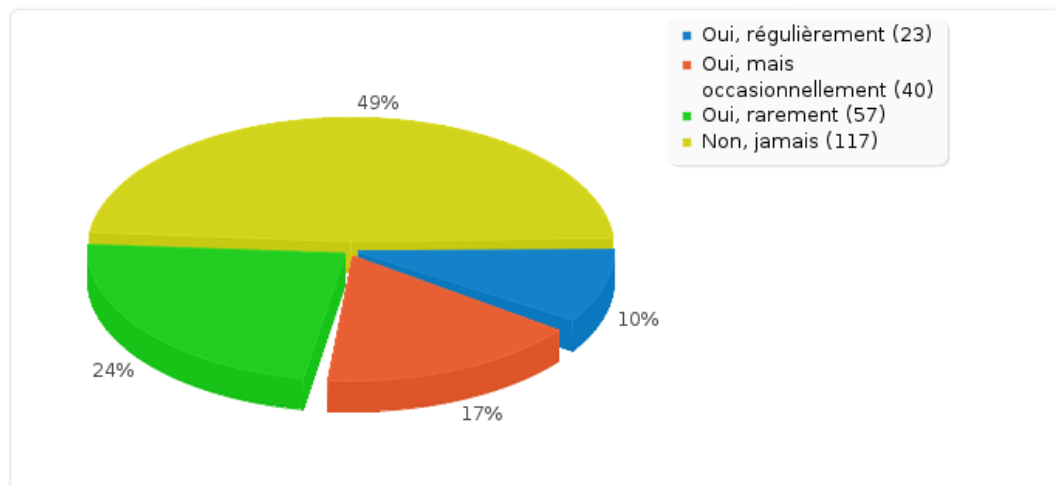
Réponses manuelles pour Autre:

na
Acces a l information
rien
je n'utilise pas
Il n'y a pas de groupware... question mal formulée
Sharepoint, juste documents et gestion webpage
préserver la memoire collective
3
partage d'infos
??
.
Faire mon travail
Partager la connaissance
essentiellement documenter mon travail
Information professionnelle
activités professionnelles
pas de groupware
NA
me tenir informée de ce qui se fait dans le même type d'activités que le mien
Aucun
Comme documentation

pas de groupware dans mon entreprise uniquement intranet informatif
partage / centralisation de documentation / infos professionnelles uniquement
Je ne m'interesse au SW Yammer.
partager des connaissances
enrichir la base de connaissance + péreniser l'info
Gestion de projet
non utilisateur
Diffuser l'information
na
obligation
/
outil de travail interne
diffusion d'information
collaboration via outils informatiques
na
je commence seulement avec sharpoint
x
gestion de projets / assignation et suivi de tâches
NA
il n'y a pas de groupware
fournir de la documentation
Apporter une information spécifique
pas de groupwares
information
je ne les utilise pas
travailler efficacement
Partage d'info via un outil utilisé par la majorité (un peu par obligation)

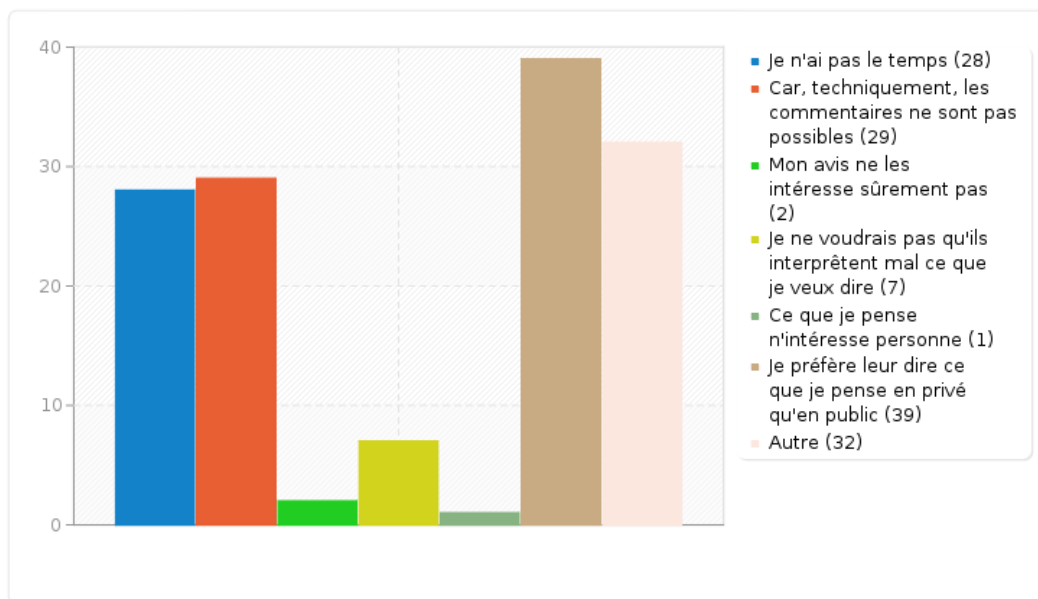
Postez-vous régulièrement des commentaires par rapport aux publications de vos collègues?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui, régulièrement	23	9.70%
Oui, mais occasionnellement	40	16.88%
Oui, rarement	57	24.05%
Non, jamais	117	49.37%



Pourquoi ne commentez-vous jamais les publications de vos collègues?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'ai pas le temps	28	11.67%
Car, techniquement, les commentaires ne sont pas possibles	29	12.08%
Mon avis ne les intéresse sûrement pas	2	0.83%
Je ne voudrais pas qu'ils interprètent mal ce que je veux dire	7	2.92%
Ce que je pense n'intéresse personne	1	0.42%
Je préfère leur dire ce que je pense en privé qu'en public	39	16.25%
Autre	32	13.33%



Réponses manuelles pour Autre:

Pas de groupware

je n'utilise pas

role dans l'entreprise (audit interne) requiert une certaine retenue dans ce genre de communication

je n'utilise pas

Il n'y a pas de groupware... question mal formulée

Sharepoint, juste documents et gestion webpage

4

??

groupwares peu ou pas développés

pas de groupware

NA

Aucun

pas de groupware dans mon entreprise uniquement intranet informatif

Info, pas dialogue

discussion en réunion

Je ne m'intéresse au SW Yammer.

On ne fait que partager nos agendas, rien d'autre.

non utilisateur

na

c'est toujours directif

/

Pas d'intérêt à commenter les agendas

na

NA

il n'y a pas de groupware

Sans intérêt

je préfère PARLER

Je n'utilise pas de groupwares

pas de groupwares

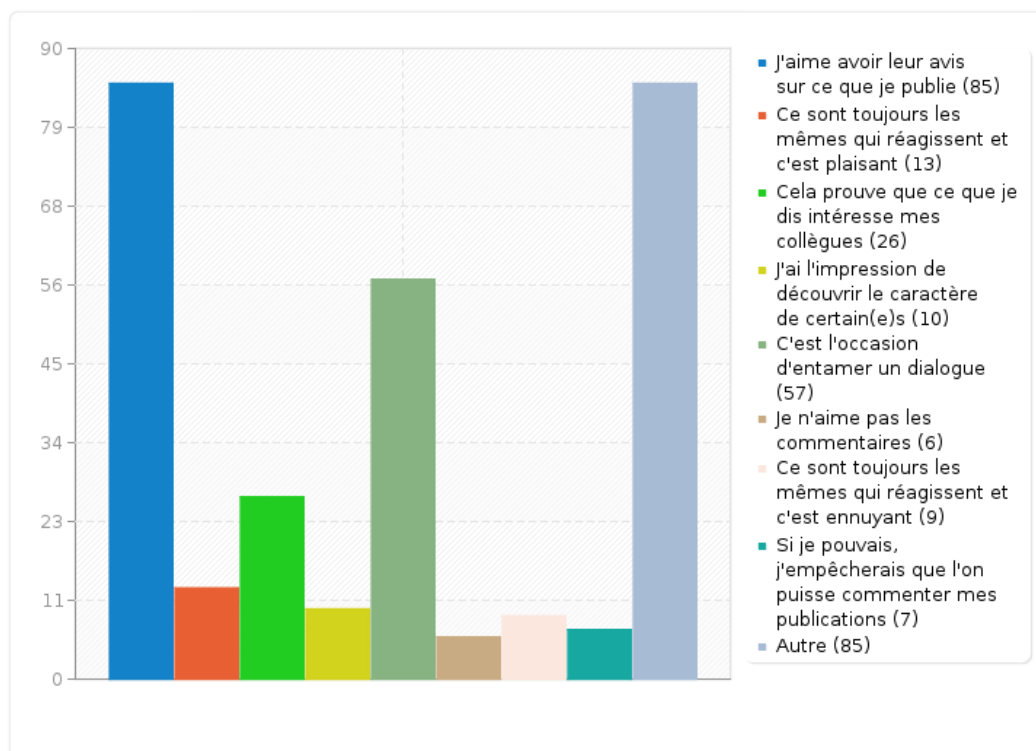
pas d'avis

pas de besoin de le faire

pas d'application

Quel(s) sentiment(s) éprouvez-vous lorsque vos collègues commentent vos propres publications?

Réponse	Décompte	Pourcentage
J'aime avoir leur avis sur ce que je publie	85	35.42%
Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est plaisant	13	5.42%
Cela prouve que ce que je dis intéresse mes collègues	26	10.83%
J'ai l'impression de découvrir le caractère de certain(e)s	10	4.17%
C'est l'occasion d'entamer un dialogue	57	23.75%
Je n'aime pas les commentaires	6	2.50%
Ce sont toujours les mêmes qui réagissent et c'est ennuyant	9	3.75%
Si je pouvais, j'empêcherais que l'on puisse commenter mes publications	7	2.92%
Autre	85	35.42%



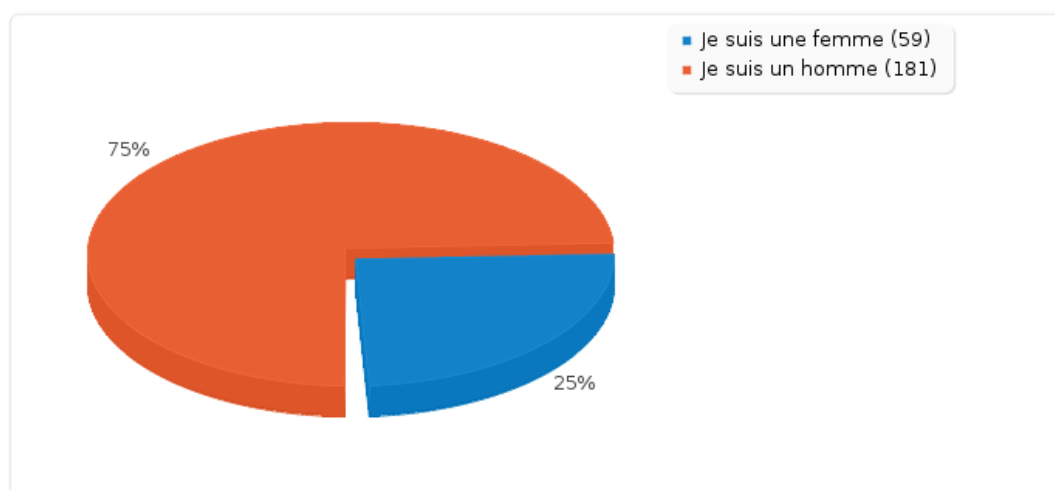
Réponses manuelles pour Autre:

na
Pas de groupware
Rien
rien
je n'utilise pas
publie pas
je n'utilise pas
Il n'y a pas de groupware... question mal formulée
Sharepoint, juste documents et gestion webpage
pas de com possible
il y en a vraiment peu, quelques corrections bienvenues
5
c'est leur job
cela permet de valider les documents par leur acceptation
??
.
groupwares peu ou pas développés
je ne publie pas

Je ne lis pratiquement jamais des commentaires
Pas de commentaires
parfois, cela permet d'améliorer la publication en question, dans ces cas-là, c'est donc une bonne chose
Peu utilisé
je ne publie pas
activités professionnelles, pas de sentiments
pas de groupware
Commentaires impossibles
NA
JE NE PUBLIE RIEN
pas toujours utile
Aucun
Jamais arrivé
pas de groupware dans mon entreprise uniquement intranet informatif
sans objet
?
je ne publie pas
pas de commentaires faits, sauf oraux
aucun
je ne publie pas
Je ne m'intéresse au SW Yammer.
Les commentaires ne sont pas possibles, techniquement
C'est l'occasion d'améliorer les publications.
N/A
On ne fait que partager nos agendas, rien d'autre.
non utilisateur
Pas d'utilisation
pas de commentaire possible
na
Néant
on ne peut pas publier nos commentaires
pas de réaction possible
/
Je ne publie pas.
Pas possible
n
groupe de travail
les activités ne sont pas commentées
aucun sentiment
Jusqu'à présent, je n'ai pas reçu de commentaire à propos de mes (rares) publications
pas de commentaires possible
na
Techniquement pas possible
techniquement pas possible
pas possible techniquement
x
Utilisation strictement professionnelle
NA
il n'y a pas de groupware
pas de publication
Possibilité non proposée
Les commentaires se font en général en direct, pas via l'outil
corrections des documentations, c'est constructif
Sans objet
je préfère PARLER

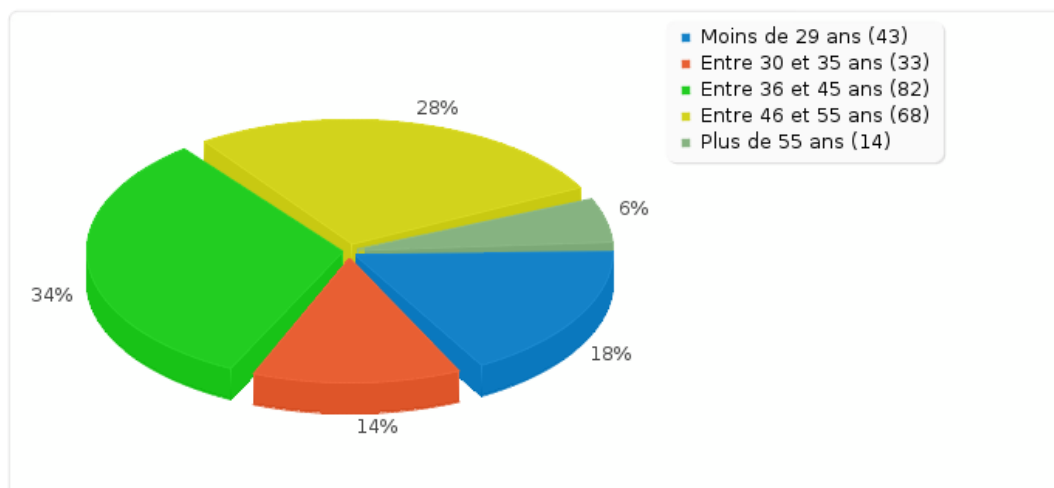
sans avis
Je n'utilise pas de groupwares
pas de groupwares
je ne publie pas
aucun
je ne publie pas!
je ne publie pas
pas d'application
aucun
Pas de sentiment particulier (pas différent d'un commentaire verbal en réunion)
NA
pas de sentiment

Etes-vous une femme ou un homme?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Je suis une femme	59	24.58%
Je suis un homme	181	75.42%



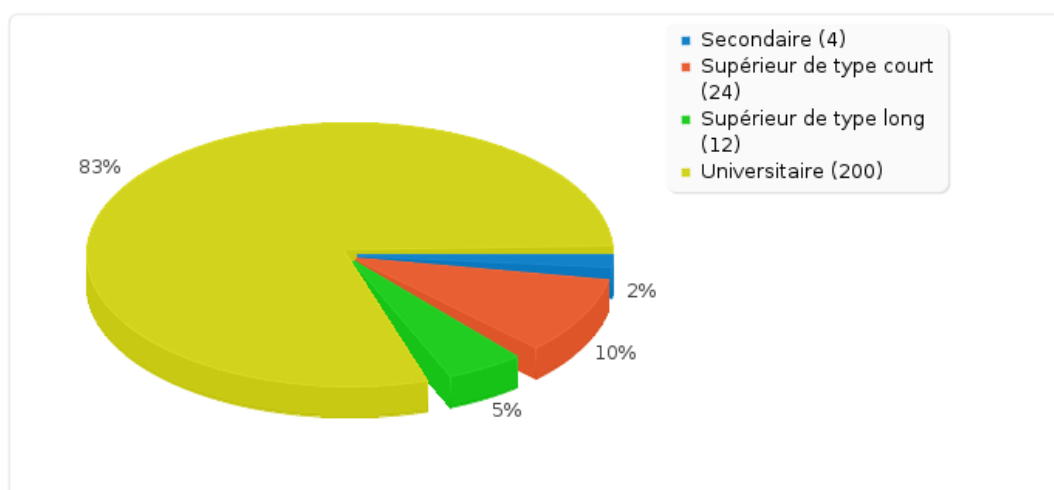
Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins de 29 ans	43	17.92%
Entre 30 et 35 ans	33	13.75%
Entre 36 et 45 ans	82	34.17%
Entre 46 et 55 ans	68	28.33%
Plus de 55 ans	14	5.83%



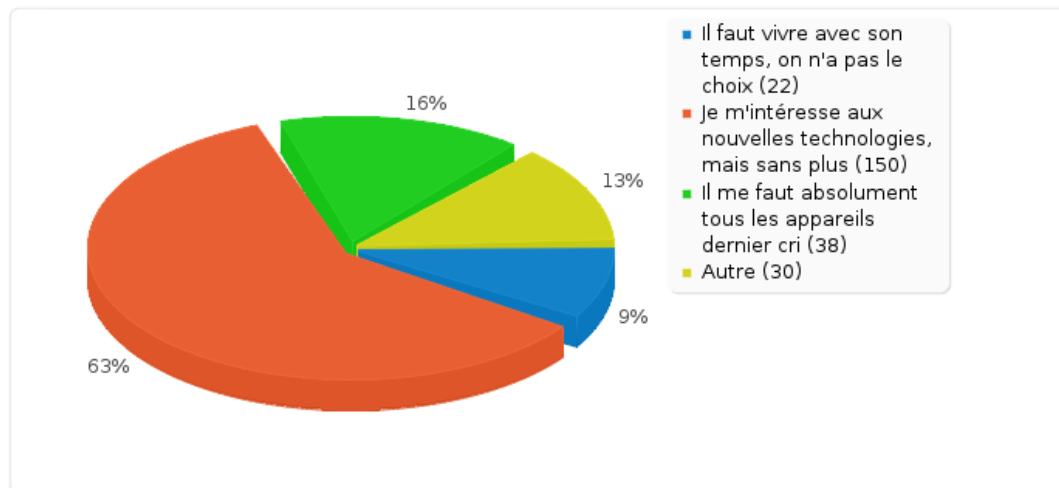
Quel est votre niveau de diplôme?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Primaire	0	0.00%
Secondaire	4	1.67%
Supérieur de type court	24	10.00%
Supérieur de type long	12	5.00%
Universitaire	200	83.33%



Comment vous considérez-vous par rapport aux nouvelles technologies?

Réponse	Décompte	Pourcentage
J'ai horreur des nouvelles technologies	0	0.00%
Il faut vivre avec son temps, on n'a pas le choix	22	9.17%
Je m'intéresse aux nouvelles technologies, mais sans plus	150	62.50%
Il me faut absolument tous les appareils dernier cri	38	15.83%
Autre	30	12.50%



Réponses manuelles pour Autre:

Nouvelle activité
Rencontrer les besoins du business
intéressé, essaie d'être toujours à jour
informaticienne
je prend ce qui m'intéresse / ce qui m'aide
C'est mon métier. Mais il ne me faut pas absolument les appareils dernier cri
Je m'intéresse aux nouvelles technologies mais il ne me faut pas les appareils dernier cri
Etant informaticien, je m'intéresse fortement aux NT, je les utilise à longueur de journée, mais il ne me faut pas forcément le dernier modèle de tous les appareils
Mon métier est essentiellement centré sur l'utilisation et le développement de nouvelles technologies
J'aime bien mais pas au point d'acheter tous les appareils dernier cri
Je suis informaticien... donc je m'y intéresse sans être un fou du dernier cri
Je m'intéresse aux nouvelles technologies, mais je ne cours pas après la mode. Je me renseigne beaucoup avant d'acheter (J'ai un smartphone mais ne vois pas d'intérêt à une tablette ou un netbook pour l'instant)
J'ai un intérêt certain pour les nouvelles technologies mais j'y avance avec grande prudence en considérant l'impact négatif que cela peut avoir sur ma vie tant privée que publique
je suis très intéressé mais je manque de compétence
J'aime beaucoup mais je peux me passer du dernier cri
suis dans IT
c'est très utile
Outil de travail utile
professionnel
C'est ma vie
je sélectionne celles qui ont un intérêt pour moi
C'est mon métier
Je dirais entre la réponse 3 et 4 : je m'intéresse d'assez près aux nouvelles technologies, mais je ne suis pas la première à avoir les appareils derniers cris (même s'ils me font très envie), en général, mon mari les a avant moi !
c'est des outils sans plus
Entre le 3e et le 4e point

Intéressé par ce qu m'est nécessaire, pas par ce qui fait buzz

Appareils derniers cris si nécessaire, autrement l'efficacité prime

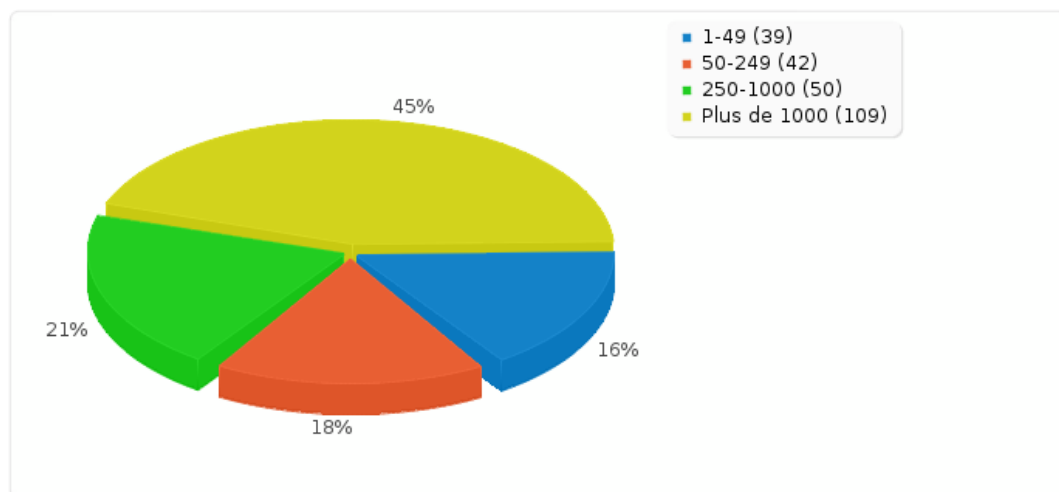
je travaille dans ce secteur

Je m'intéresse et utilise certaines technologies, il faut faire des choix

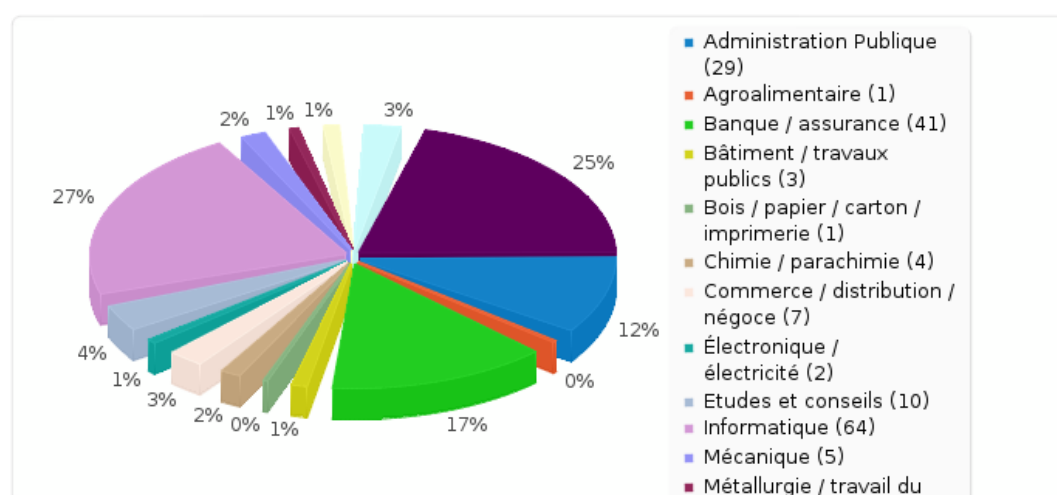
je suis fan des technologies cloud, mais je n'ai pas de matériel sophistiqué

Combien de personnes travaillent au sein de votre entreprise?

Réponse	Décompte	Pourcentage
1-49	39	16.25%
50-249	42	17.50%
250-1000	50	20.83%
Plus de 1000	109	45.42%



Dans quel secteur travaillez-vous?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Administration Publique	29	12.08%
Agroalimentaire	1	0.42%
Banque / assurance	41	17.08%
Bâtiment / travaux publics	3	1.25%
Bois / papier / carton / imprimerie	1	0.42%
Chimie / parachimie	4	1.67%
Commerce / distribution / négoce	7	2.92%
Électronique / électricité	2	0.83%
Etudes et conseils	10	4.17%
Informatique	64	26.67%
Mécanique	5	2.08%
Métallurgie / travail du métal	2	0.83%
Pharmacie	3	1.25%
Plastique / caoutchouc	0	0.00%
Textile / habillement / chaussure	0	0.00%
Transports / logistique	7	2.92%
Autre	61	25.42%



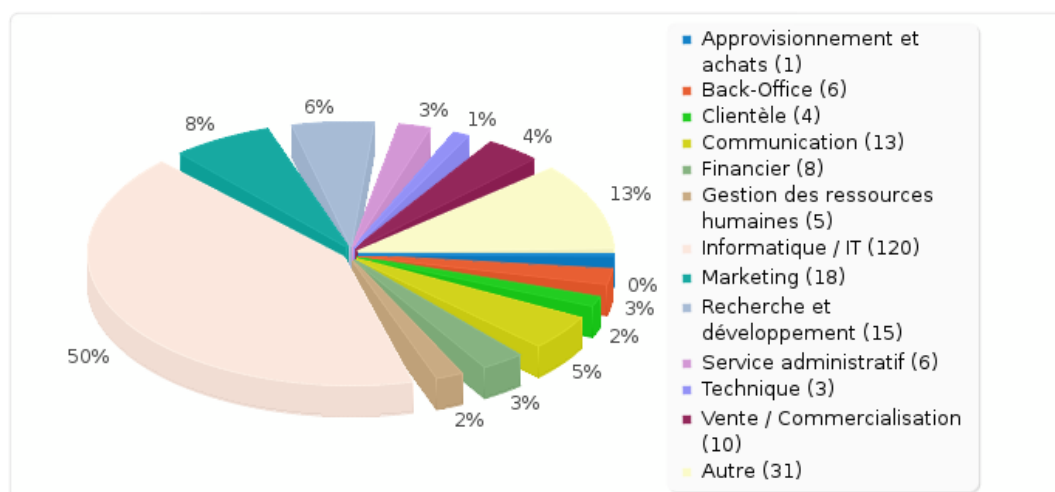
Réponses manuelles pour Autre:

Téléphonie
Télécom
police fédérale
Telecommunications
Education
R&d
Université
finance
Enseignement secondaire public
Enseignement
Finances
éducation
Défense Nationale
Santé
recherche universitaire
Santé
Enseignement
Enseignement et informatique
Conseil Banque/finance
Organisation International

juridique
Industrie du papier
transport public
Santé
Recherche et enseignement !
défense consommateur
Automobile
services aux entreprises
santé
Automobile
Etudiante
Consulting
Télécommunication
Finances
Santé
Soins de santé
soins de santé
enseignement
ONG
Bio technologie
Enseignement
Recherche fondamentale
Université
Education
Etudiant
pas d'entreprise
Marketing
etudiante
enseignement
restauration
Etudiant
marketing
étudiant
Matériel médical
Ressources Humaines
Etudes de marché
Consultance ntic
Tourisme
Services
Education (université)
Téléphonie

Dans quel service travaillez-vous?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Approvisionnement et achats	1	0.42%
Back-Office	6	2.50%
Clientèle	4	1.67%
Communication	13	5.42%
Financier	8	3.33%
Gestion des ressources humaines	5	2.08%
Informatique / IT	120	50.00%
Marketing	18	7.50%
Recherche et développement	15	6.25%
Service administratif	6	2.50%
Technique	3	1.25%
Vente / Commercialisation	10	4.17%
Autre	31	12.92%



Réponses manuelles pour Autre:

Audit Interne (IT)

Education

staff academique

Consultance

HR

Enseignement en informatique

Conseil

audit

correspondant informatique

secondaire supérieur

recherche et enseignement

Math

Enseignant et développeur

Formation

étude notariale

direction

Qualité

direction générale

DG

Médico-technique

Recherche et enseignement !

Process Excellence

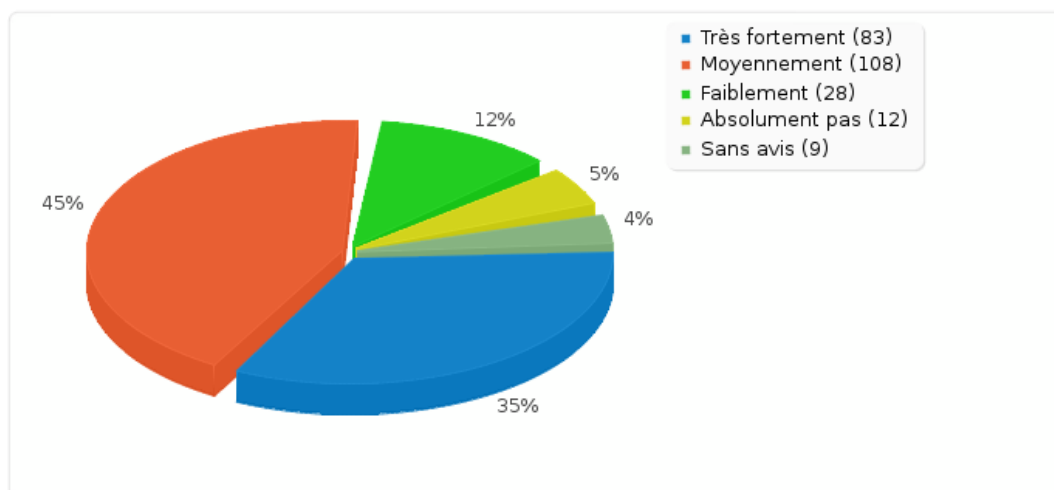
logistique

Consulting / Architecture

Management
comité de direction
etudiant
pas d'entreprise
etudiante
Direction d'une TPE
Audit Interne (IT)

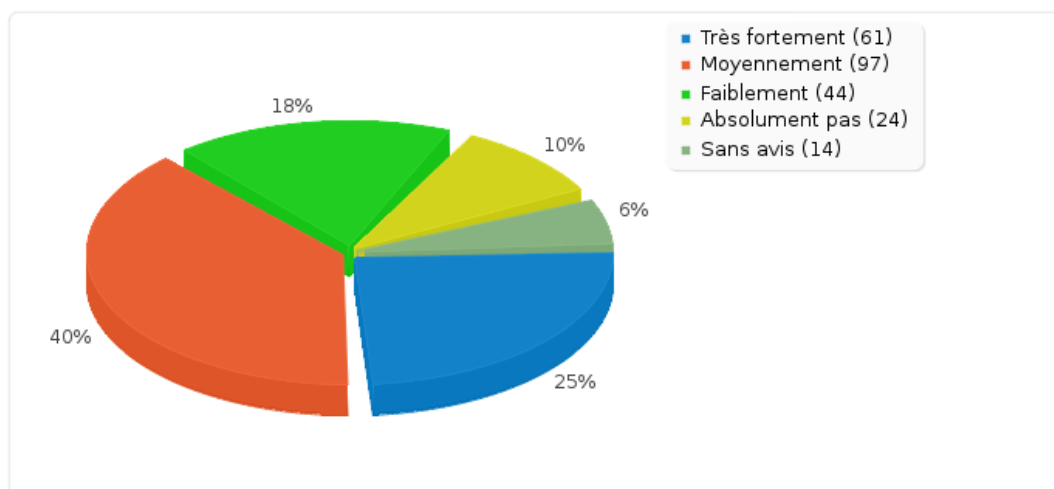
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Hiérarchisée]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	83	34.58%
Moyennement	108	45.00%
Faiblement	28	11.67%
Absolument pas	12	5.00%
Sans avis	9	3.75%



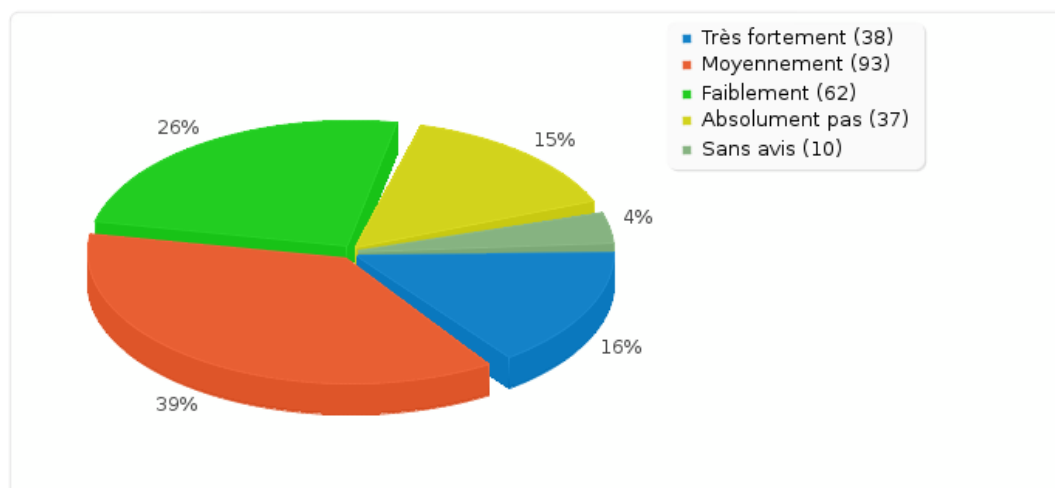
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Bureaucratique]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	61	25.42%
Moyennement	97	40.42%
Faiblement	44	18.33%
Absolument pas	24	10.00%
Sans avis	14	5.83%



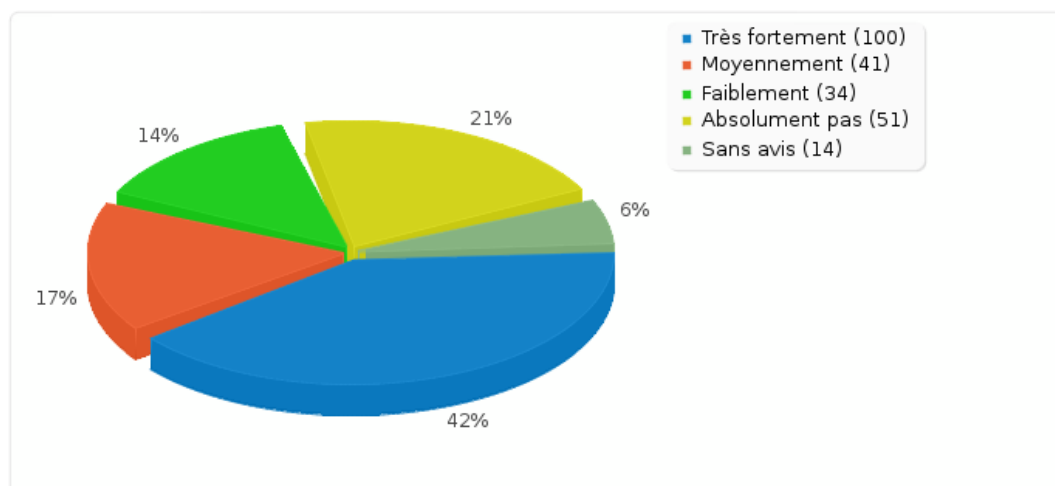
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Rigide]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	38	15.83%
Moyennement	93	38.75%
Faiblement	62	25.83%
Absolument pas	37	15.42%
Sans avis	10	4.17%



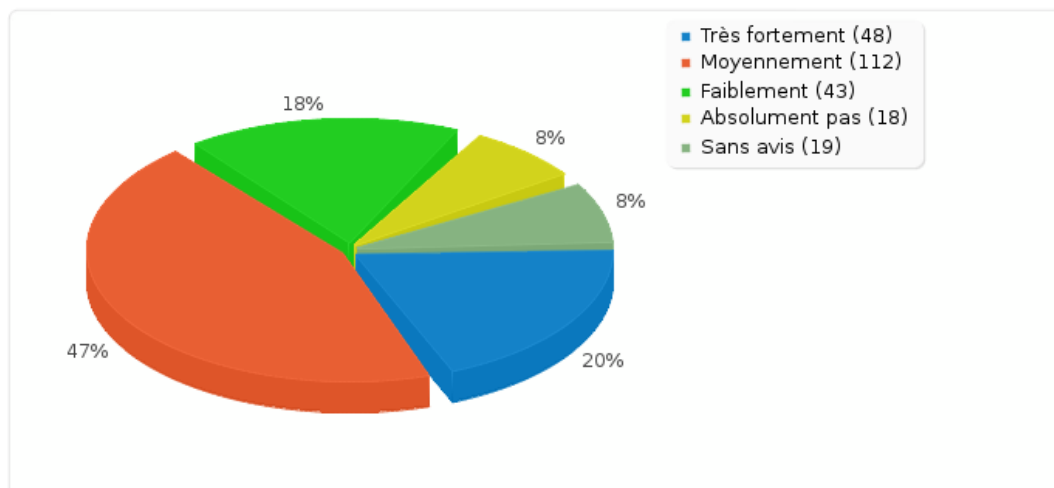
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Internationale]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	100	41.67%
Moyennement	41	17.08%
Faiblement	34	14.17%
Absolument pas	51	21.25%
Sans avis	14	5.83%



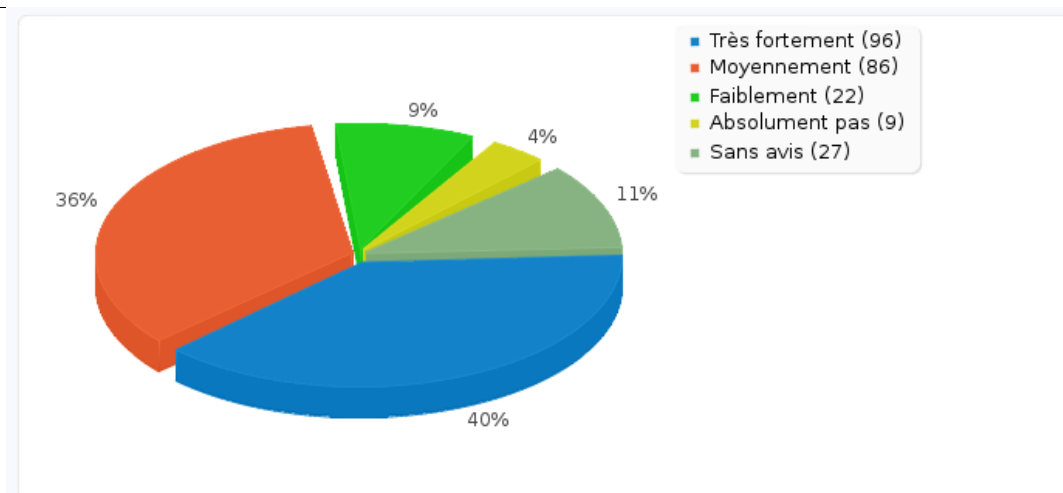
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Centralisée]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	48	20.00%
Moyennement	112	46.67%
Faiblement	43	17.92%
Absolument pas	18	7.50%
Sans avis	19	7.92%



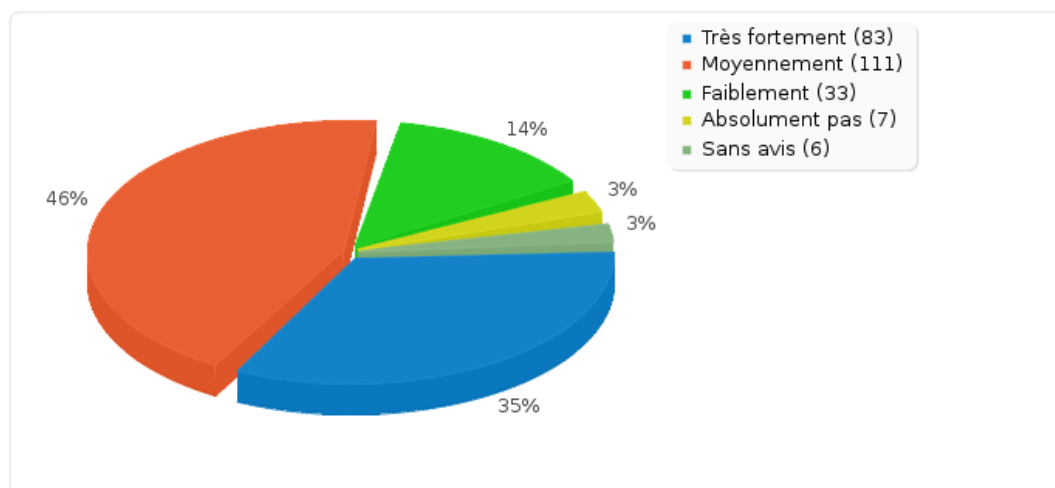
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[En bonne santé financière]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	96	40.00%
Moyennement	86	35.83%
Faiblement	22	9.17%
Absolument pas	9	3.75%
Sans avis	27	11.25%



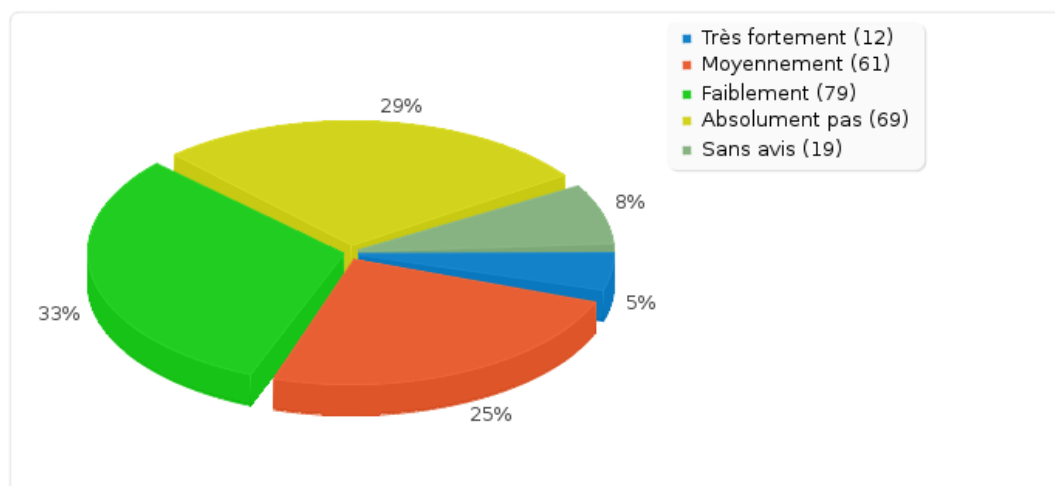
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Conviviale]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	83	34.58%
Moyennement	111	46.25%
Faiblement	33	13.75%
Absolument pas	7	2.92%
Sans avis	6	2.50%



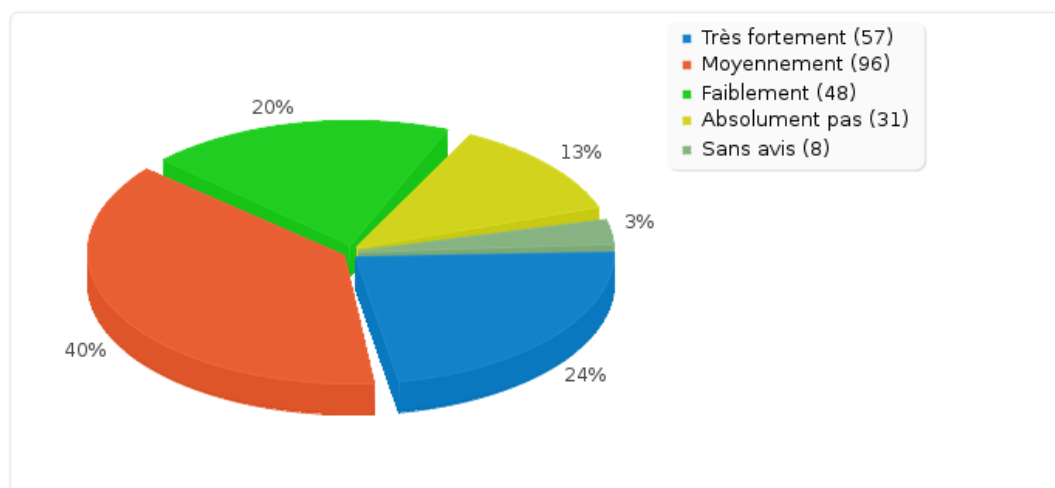
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Centrée sur la technologie plus que sur l'humain]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	12	5.00%
Moyennement	61	25.42%
Faiblement	79	32.92%
Absolument pas	69	28.75%
Sans avis	19	7.92%



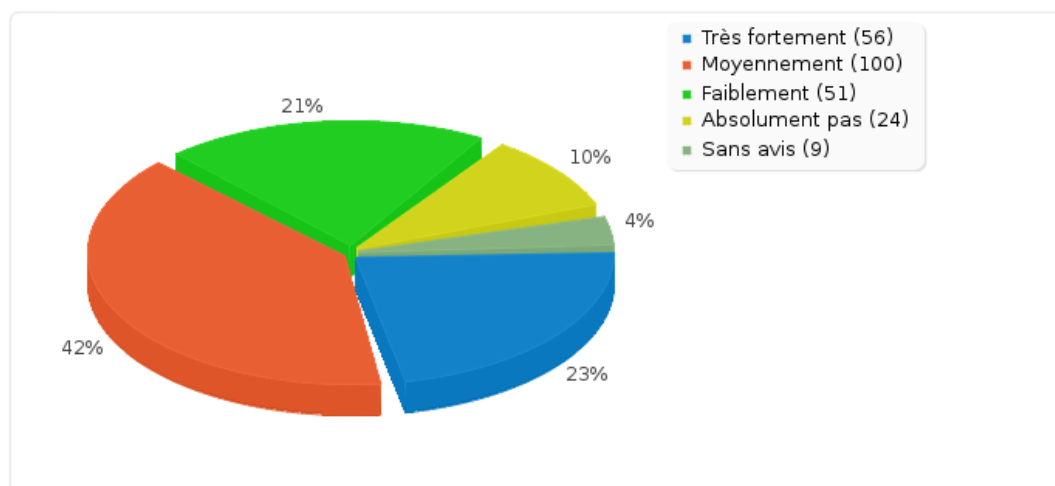
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Complexe]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	57	23.75%
Moyennement	96	40.00%
Faiblement	48	20.00%
Absolument pas	31	12.92%
Sans avis	8	3.33%



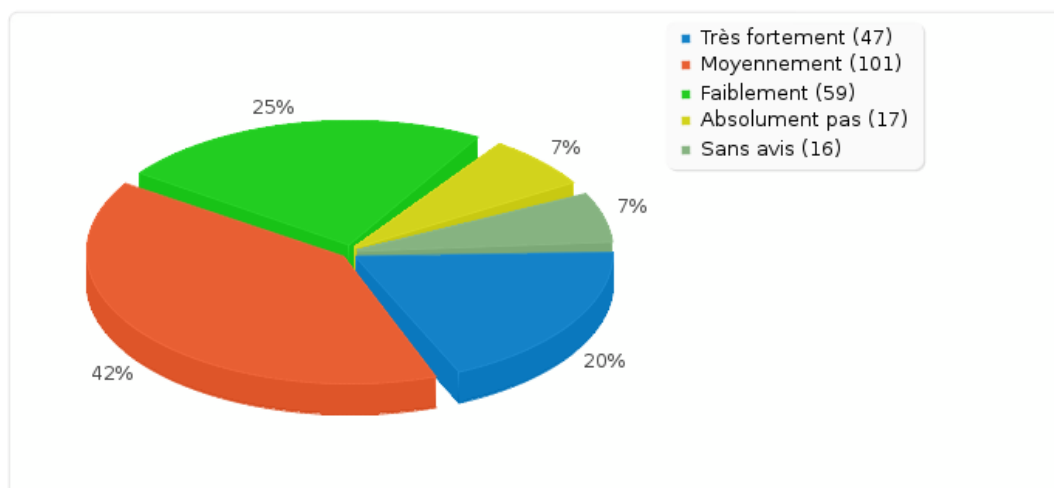
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Innovante]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	56	23.33%
Moyennement	100	41.67%
Faiblement	51	21.25%
Absolument pas	24	10.00%
Sans avis	9	3.75%



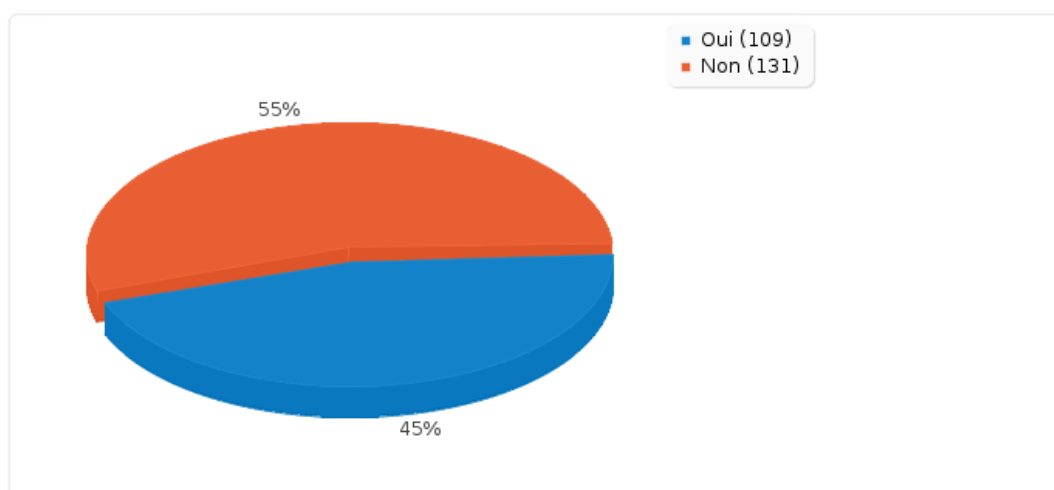
Comment jugeriez-vous la société qui vous emploie?
[Participative]

Réponse	Décompte	Pourcentage
Très fortement	47	19.58%
Moyennement	101	42.08%
Faiblement	59	24.58%
Absolument pas	17	7.08%
Sans avis	16	6.67%



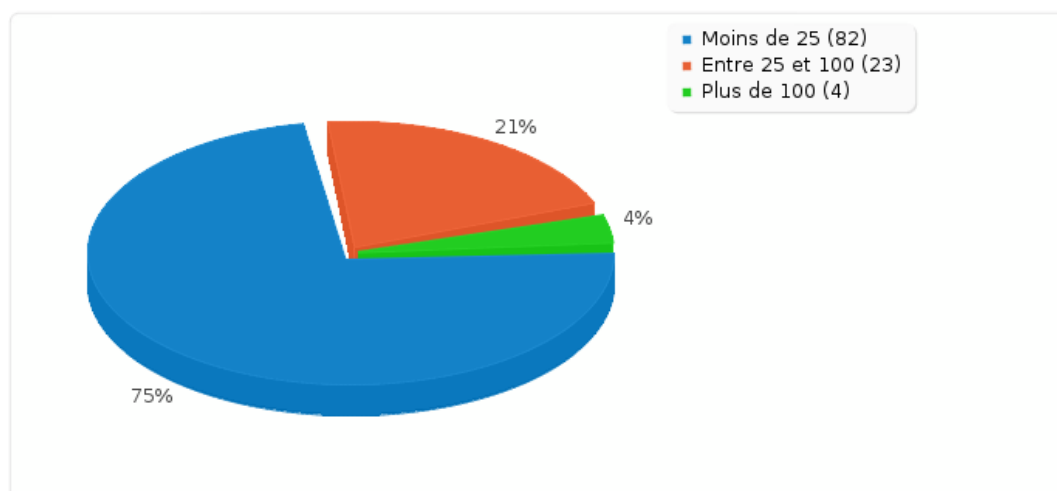
Avez-vous des personnes sous votre responsabilité?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	109	45.42%
Non	131	54.58%



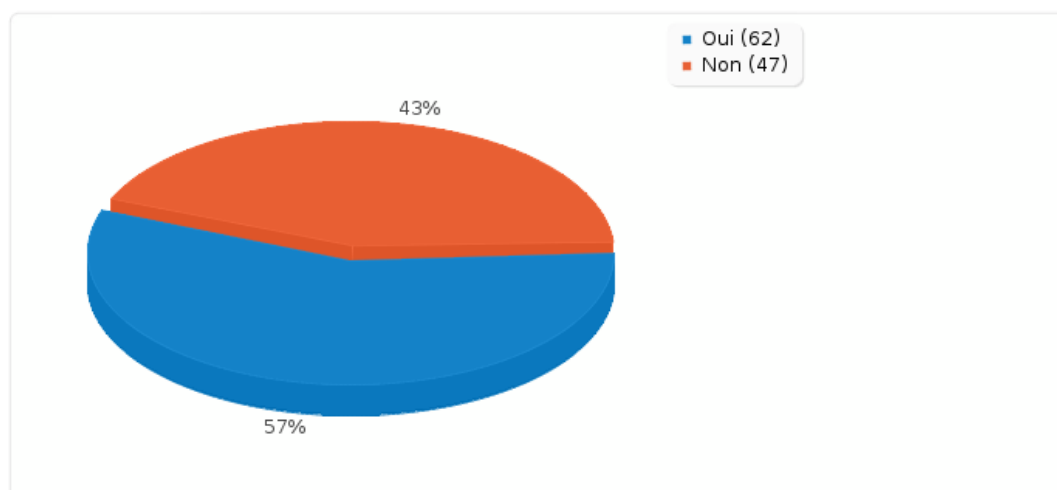
Combien de personnes sont sous votre responsabilité?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Moins de 25 (25)	82	75.23%
Entre 25 et 100 (100)	23	21.10%
Plus de 100 (plus)	4	3.67%

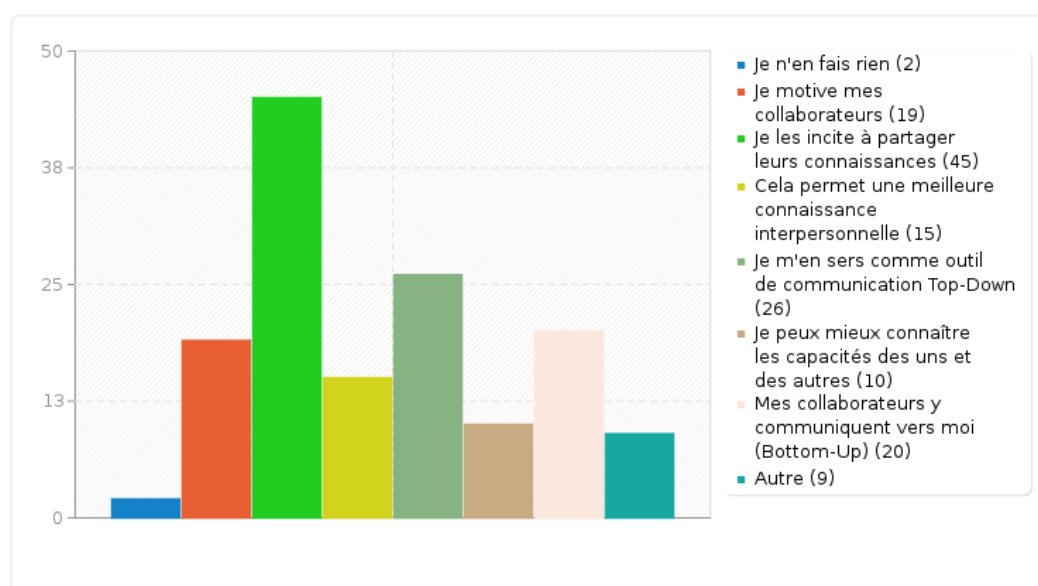


Disposez-vous de Groupwares au sein de votre équipe?

Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	62	56.88%
Non	47	43.12%



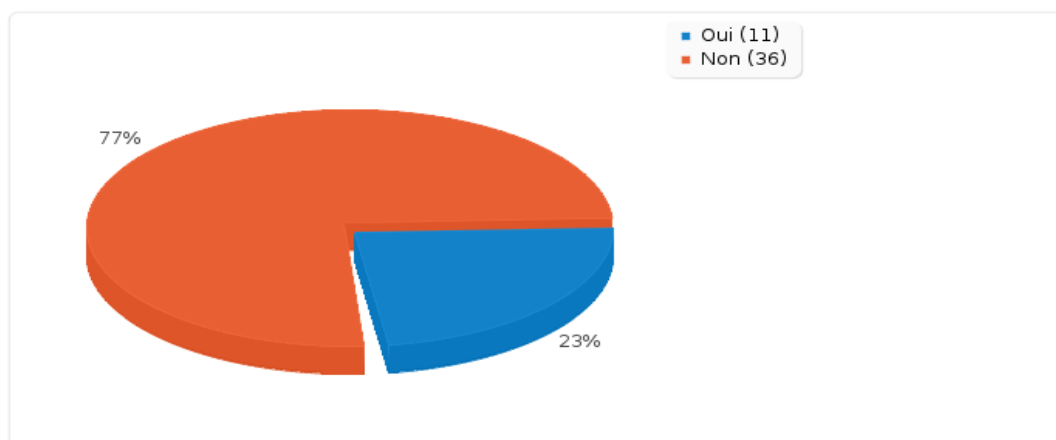
Qu'en faites-vous?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Je n'en fais rien	2	0.83%
Je motive mes collaborateurs	19	7.92%
Je les incite à partager leurs connaissances	45	18.75%
Cela permet une meilleure connaissance interpersonnelle	15	6.25%
Je m'en sers comme outil de communication Top-Down	26	10.83%
Je peux mieux connaître les capacités des uns et des autres	10	4.17%
Mes collaborateurs y communiquent vers moi (Bottom-Up)	20	8.33%
Autre	9	3.75%



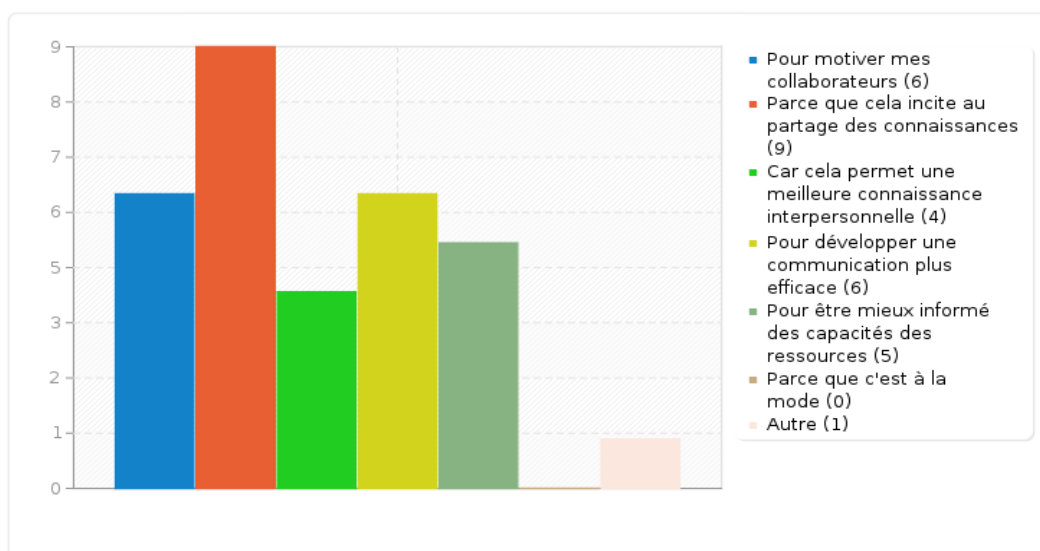
Réponses manuelles pour Autre:

Mémoire collective
partage de connaissances
encore une fois: ce sont des outils essentiels pour la documentation de notre travail
partage d'info + documentation professionnels
Gestion de projet
dispatching d'information
diffusion et partage information
mail et agendas partagé
SUivi des activités, partage de documents

Souhaitez-vous disposer de Groupware pour les collaborateurs de vos équipes?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Oui	11	23.40%
Non	36	76.60%



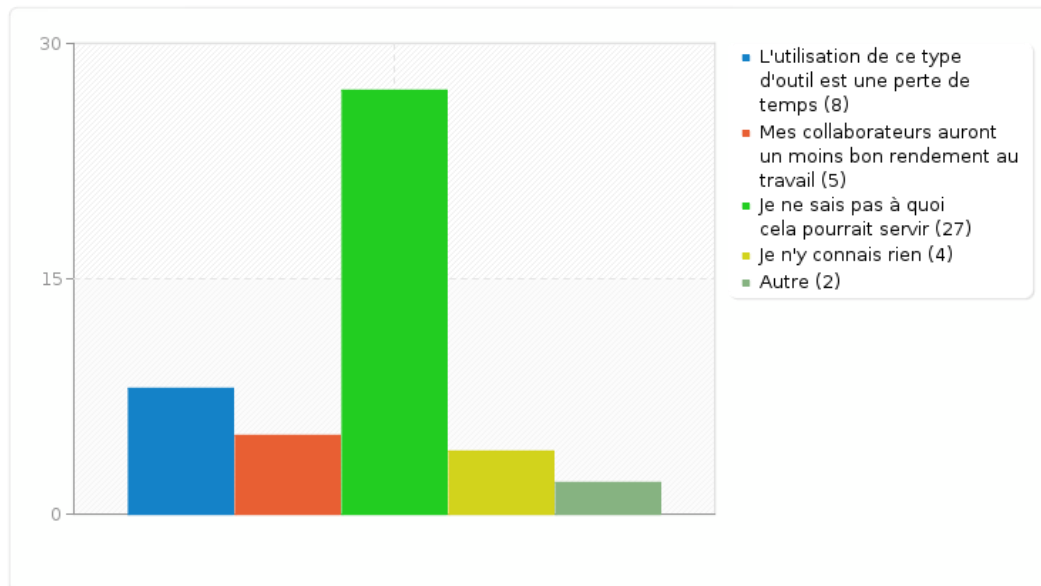
Pour quelle(s) raison(s)?		
Réponse	Décompte	Pourcentage
Pour motiver mes collaborateurs	6	2.50%
Parce que cela incite au partage des connaissances	9	3.75%
Car cela permet une meilleure connaissance interpersonnelle	4	1.67%
Pour développer une communication plus efficace	6	2.50%
Pour être mieux informé des capacités des ressources	5	2.08%
Parce que c'est à la mode	0	0.00%
Autre	1	0.42%



Réponses manuelles pour Autre:
accès plus simple aux infos que un share drive

Pourquoi?

Réponse	Décompte	Pourcentage
L'utilisation de ce type d'outil est une perte de temps	8	3.33%
Mes collaborateurs auront un moins bon rendement au travail	5	2.08%
Je ne sais pas à quoi cela pourrait servir	27	11.25%
Je n'y connais rien	4	1.67%
Autre	2	0.83%



Réponses manuelles pour Autre:

nous utilisons celui de l'entreprise

x